

BRAND24

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI**

**BRAND 24 S.A. ORAZ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24
W 2019 ROKU**

DATA PUBLIKACJI – 20 MARCA 2020 r.

WROCŁAW



BRAND 24 W LICZBACH

3.3 tys.

liczba aktywnych klientów
na koniec roku

15.7 mln zł

Skonsolidowane przychody
za rok 2019

+32%

wzrost przychodów
2019 vs 2018

60%

przychodów od klientów zagranicznych
(Grudzień 2019)

1.6 mln zł

Skonsolidowana EBITDA
za rok 2019

122

krajów, w których mamy klientów

SPIS TREŚCI

1	LIST PREZESA ZARZĄDU	
2	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 6-8
3	DZIAŁALNOŚĆ BRAND 24 Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24 <i>Działalność Grupy Kapitałowej</i> <i>Informacja nt. Spółki Zależnej</i> Obszar operacyjny <i>Model biznesowy – oferta produktowa</i> <i>Odbiorcy usług</i> <i>Najważniejsze wydarzenia w 2019 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania</i> Obszar finansowy <i>Umowy finansowe</i> <i>Emisje papierów wartościowych</i> <i>Inwestycje</i>	str. 9-14
4	SYTUACJA FINANSOWA Omówienie danych operacyjnych Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa Prognozy wyników finansowych	str. 15-24
5	PERSPEKTYWY ROZWOJU ORAZ RYZYKA I ZAGROŻENIA Strategia Brand 24 Perspektywy i czynniki rozwoju Grupy Kapitałowej Ryzyko prowadzonej działalności <i>Ryzyko operacyjne</i> <i>Ryzyko finansowe</i>	str. 25-32
6	OŚWIADCZENIE W SPRAWIE ŁADU KORPORACYJNEGO Stosowane zasady ładu korporacyjnego Akcje i akcjonariat <i>Struktura kapitału zakładowego</i> <i>Struktura akcjonariatu</i> <i>Program motywacyjny</i> <i>Akcje w obrocie na NewConnect</i> Władze <i>Zarząd</i> <i>Rada Nadzorcza</i> <i>Wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących</i>	str. 33-38
7	POZOSTAŁE INFORMACJE Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego Informacja o zatrudnieniu Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju Wyróżnienia i nagrody Autoryzowany Doradca	str. 39-40
8	OŚWIADCZENIA ZARZĄDU <i>Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań</i> <i>Oświadczenie Zarządu w sprawie firmy audytorskiej</i>	str. 41-42

Drodzy Klienci i Akcjonariusze,

Za nami najtrudniejszy okres w historii Brand24. Pomimo doskonałej pierwszej połowy 2019, druga połowa roku została zdominowana przez kryzys związany z blokadami na platformach Facebook i Instagram. Początkowe, wrześniowe sygnały nie pokazywały dużego wpływu blokady na biznes Brand24. W Październiku przyszło jednak tąpnięcie, które w dominującym stopniu wpłynęło na wyniki całego 4-tego kwartału. Szczęśliwie Październik 2019 stanowił apogeum spadków przychodu i liczby aktywnych klientów. W każdym kolejnym miesiącu wyniki przybliżają nas do dynamiki, do której Spółka zdążyła przyzwyczaić. Choć wpływ tego kryzysu będzie jeszcze widoczny w wynikach kolejnych miesięcy roku 2020, najgorsze zdecydowanie za nami.

Mimo że blokada i jej następstwa istotnie wpłynęły na rezultaty, w 2019 roku udało nam się osiągnąć 15.7M PLN przychodu, co stanowi 32% wzrostu w stosunku do poprzedniego roku. W najtrudniejszym okresie (nieco ponad 6 miesięcy blokady), nadal udało nam się sprzedać ponad 1000 nowych abonamentów. Bez danych z platform Facebook oraz Instagram. Te wyniki pokazują, że wartość narzędzia Brand24 bardzo mocno wykracza poza monitoring pojedynczych platform (nawet tak dużych, jak Facebook i Instagram).

Ponadto po zakończeniu okresu sprawozdawczego (w Marcu 2020) Brand24 podpisał porozumienie, na mocy którego Facebook przywraca Spółce dostęp do serwisów Facebook oraz Instagram. Oprócz profili firmowych zostały przywrócone profile personalne osób związanych ze Spółką, konta reklamowe oraz ogólny dostęp do API.

We współpracy z przedstawicielami Facebook, Inc oraz najnowszymi wytycznymi obu serwisów przygotowaliśmy nową integrację, która pozwala na pojawienie się danych z obu serwisów wewnątrz narzędzia Brand24. Nowa integracja przeszła już pozytywną weryfikację Facebooka i startuje 23 Marca. Warto podkreślić, że postrzegamy przebytą procedurę weryfikacji jako istotne aktywo Brand24, który ma szansę stać się rynkowym standardem monitoringu Facebooka oraz Instagrama w sposób zgodny z najnowszymi wytycznymi ww. platform.

Przejęciowe problemy stały się dla nas okazją do inwestycji w nowe możliwości narzędzia Brand24. Rok 2019 przyniósł start funkcji wprowadzających do Brand24 nową jakość, takich jak system automatycznych raportów, czy wprowadzenie nowych źródeł monitoringu – w tym serwisów Tik Tok oraz Twitch. 2019 rok przyniósł także start nowego algorytmu analizy sentymentu, który oferujemy już dla ponad setki języków. Innymi słowy, nasi klienci uzyskują dostęp do jakościowej analizy wydziwianek w językach lokalnych.

LIST PREZESA ZARZĄDU

Przeżyty kryzys był bolesny, ale uwolnił nowe pokłady kreatywności. Pozwolił nam odnaleźć nowe optymalizacje w naszym produkcie i lejku sprzedaży. Jestem przekonany, że zdobyte doświadczenie w połączeniu z planowanym powrotem danych z platform Facebook i Instagram okaże się kluczowe w naszej pogoni za statusem globalnego lidera monitoringu mediów.

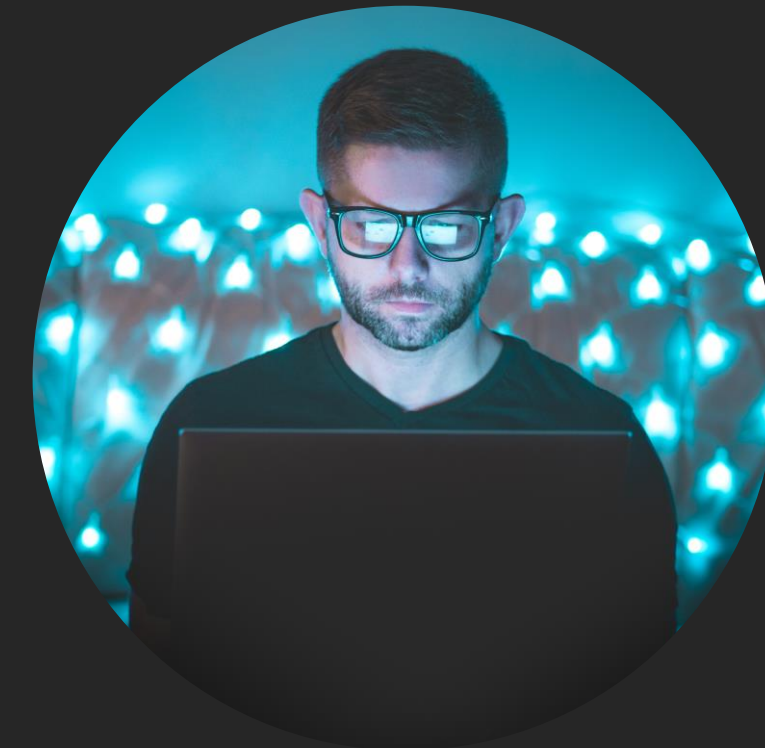
Jesteśmy zmotywowani, żeby udowodnić wartość naszego produktu, jak i samej Spółki. Trudne chwile z ostatnich miesięcy stanowiły duże wyzwanie. Jednak wypracowana relacja z największym portalem społecznościową oraz nowe funkcje produktu stanowią szansę na ucieczkę do przodu i pokazanie stabilności naszego rozwiązania. Mocniej niż kiedykolwiek wierzymy bowiem, że prawdziwa siła nie płynie z braku potknięć, lecz podnoszenia się po nich.

Dziękujemy za dotychczas okazane nam zaufanie i to, że z uwagą śledzą Państwo nasze poczynania. Zapraszamy do lektury Raportu Roczno Brand24.

Z poważaniem

Michał Sadowski

Prezes Zarządu Brand 24 S.A.



Michał
Sadowski
Prezes Zarządu



Wybrane

DANE FINANSOWE

2. Wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej Brand 24

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	2019	2018	2019	2018
Przychody ze sprzedaży	15 652	11 827	3 638	2 772
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	8 595	5 791	1 998	1 357
EBITDA	1 552	69	361	16
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(880)	(1 877)	(205)	(440)
Zysk (strata) netto	(997)	(1 755)	(232)	(411)
	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018
Aktywa razem	11 226	6 094	2 636	1 417
Aktywa obrotowe	1 726	1 871	405	435
Kapitał własny	1 699	2 340	399	544
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	9 527	3 754	2 237	873
Zobowiązania długoterminowe	3 557	523	835	122

Pozycje dotyczące aktywów i pasywów na koniec okresu sprawozdawczego i analogicznego w okresie poprzednim przeliczono według średniego kursu ogłoszonego na ostatni dzień bilansowy przez NBP. Kurs ten wyniósł:

- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2018 roku 1 EUR = 4.3000 PLN.

Pozycje dotyczące rachunku wyników przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca. Kurs ten wyniósł:

- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4.3018 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2018 roku 1 EUR = 4.2669 PLN.

2. Wybrane dane finansowe Brand 24 S.A.

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	2019	2018	2019	2018
Przychody ze sprzedaży	15 179	11 588	3 529	2 716
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	8 122	5 552	1 888	1 301
EBITDA	1 535	149	357	35
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(897)	(1 797)	(209)	(421)
Zysk (strata) netto	(1 032)	(1 722)	(240)	(404)
	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018
Aktywa razem	11 289	6 206	2 651	1 443
Aktywa obrotowe	1 793	1 981	421	461
Kapitał własny	1 780	2 452	418	570
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	9 509	3 754	2 233	873
Zobowiązania długoterminowe	3 557	523	835	122

Pozycje dotyczące aktywów i pasywów na koniec okresu sprawozdawczego i analogicznego w okresie poprzednim przeliczono według średniego kursu ogłoszonego na ostatni dzień bilansowy przez NBP. Kurs ten wyniósł:

- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2018 roku 1 EUR = 4.3000 PLN.

Pozycje dotyczące rachunku wyników przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca. Kurs ten wyniósł:

- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4.3018 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2018 roku 1 EUR = 4.2669 PLN.

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24



Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24

- działalność Grupy Kapitałowej Brand 24



Obszar operacyjny

- model biznesowy – oferta produktowa
- odbiorcy usług
- najważniejsze wydarzenia w 2019 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania



Obszar finansowy

- umowy finansowe
- emisje papierów wartościowych
- inwestycje

2. Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24

Spółka Brand 24 S.A. tworzy grupę kapitałową w skład, której wchodzi ona jako podmiot dominujący oraz spółka zależna Brand24 Global Inc. z siedzibą w USA, w której Brand 24 S.A. posiada 100% kapitału.

Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24

Działalność Grupy prowadzona jest w ramach spółek Brand 24 S.A. (Emitent, Brand 24, Jednostka Dominująca), która jest liderem na polskim rynku usług monitoringu Internetu oraz spółki zależnej Brand24 Global Inc. (Spółka Zależna), która odpowiada za obsługę klientów spoza Polski.

Emitent został założony w 2011 roku jako spółka akcyjna. Podstawowym przedmiotem jego działalności jest sprzedaż dostępu do oprogramowania internetowego umożliwiającego monitoring treści w sieci.

Grupa Brand 24 posiada 3 biura w Polsce zlokalizowane we Wrocławiu, Warszawie i Gdańsku.



Spółka Zależna została utworzona i działa zgodnie z prawem stanu Delaware (USA). Emitent posiada 100% kapitału zakładowego/ogólnej liczby głosów w tej spółce. Spółka Zależna prowadzi działalność tożsamą do działalności Emitenta na terytorium Stanów Zjednoczonych i dostarcza rozwiązania identyczne jak Brand 24 S.A. Działalność operacyjna Spółki Zależnej sprowadza się do roli dystrybutora usług, jakie świadczy Brand 24 S.A, a zarazem Spółka Zależna nie handluje żadnymi innymi usługami. Spółka Zależna oraz Emitent od 2016 roku są związani umową odsprzedaży („reseller agreement”), której przedmiotem jest dystrybucja produktu Brand24 na terytorium Stanów Zjednoczonych oraz współpraca stron w celu zapewnienia odpowiedniej jakości usług świadczonym klientom ze Stanów Zjednoczonych. Począwszy od 2018 roku Emitent sporządza skonsolidowane sprawozdania finansowe, które obejmują wyniki Jednostki Dominującej oraz Spółki Zależnej. Wyniki Spółki Zależnej konsolidowane są metodą pełną.

Konsolidacja

Konsolidacją obejmowane są jednostki, nad którymi Brand 24 S.A. posiada kontrolę. Sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej Brand 24 obejmują sprawozdanie finansowe Spółki Brand 24 S.A. oraz jednostki zależnej Brand 24 Global Inc.

Prezentacja informacji nt. działalności Grupy Kapitałowej Brand 24

Działalność operacyjna Grupy jest prowadzona w głównej mierze przez Jednostkę Dominującą, a spółka zależna nie generowała istotnych kosztów w związku ze współpracą z podmiotami zewnętrznymi, realizując jedynie postanowienia umowy między spółkami w Grupie.

W konsekwencji w ramach niniejszego sprawozdania z działalności komentarze nt. czynników wpływających na wyniki operacyjne oraz dane finansowe zaprezentowano wyłącznie dla Grupy Kapitałowej Brand 24.

Zgodność z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej

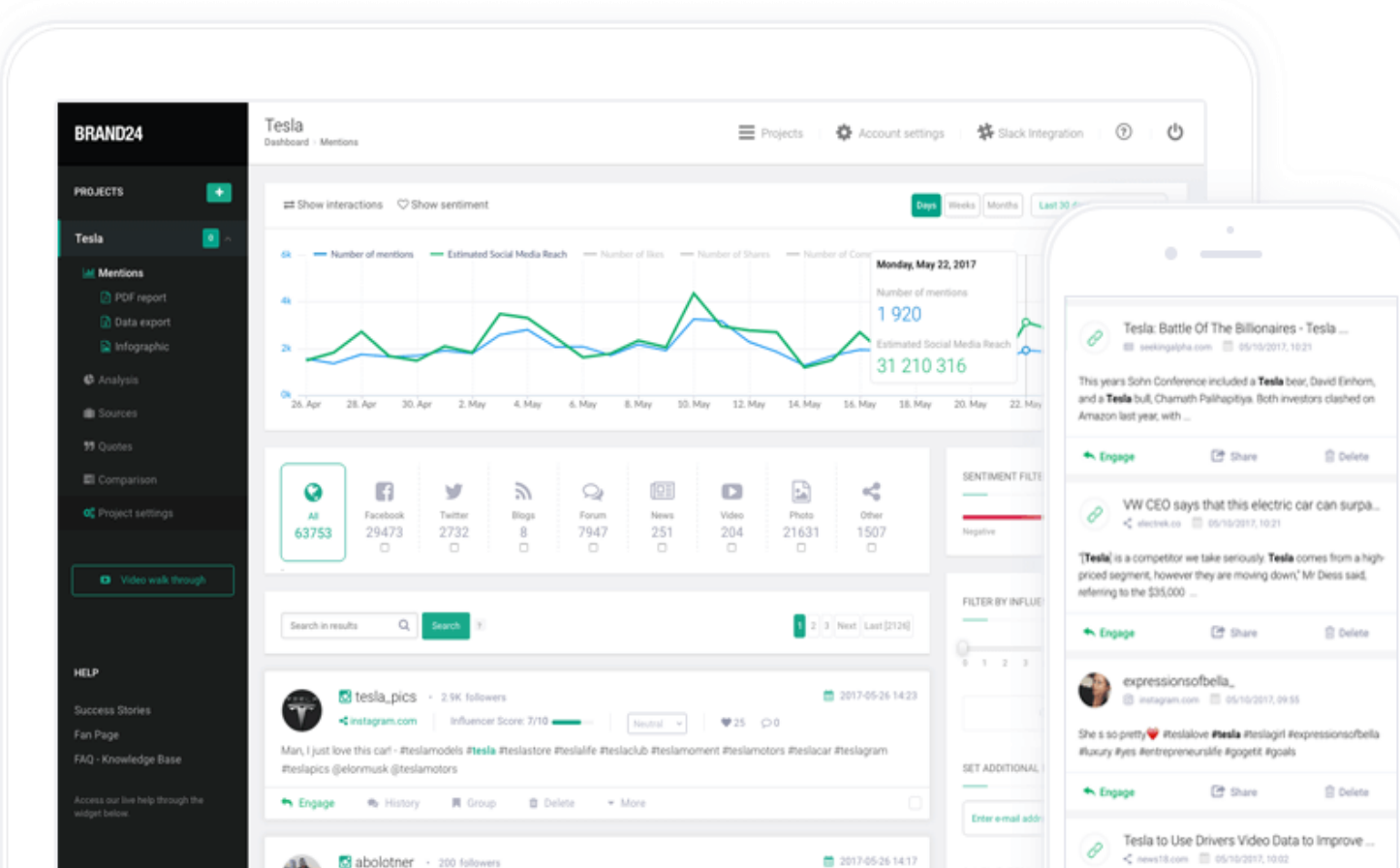
Sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2019 jest sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz interpretacjami wydanymi przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Od sprawozdania za rok 2018, Spółka przygotowuje sprawozdania zgodnie z MSSF.

Rozwiązanie Brand 24

Emitent jest twórcą i dostawcą oprogramowania analitycznego Brand24 służącego do monitorowania treści w Internecie, m.in. w mediach społecznościowych, na blogach, forach oraz w serwisach informacyjnych.

Oprogramowanie Brand24 zgodnie z kryteriami zdefiniowanymi przez użytkownika zbiera i wstępnie analizuje publiczne wzmianki na temat marek, produktów oraz ogólnie poruszanych tematów zawierających monitorowane słowa kluczowe. Oprogramowanie dostępne jest w wersji web (za pośrednictwem przeglądarki internetowej) oraz w formie aplikacji mobilnej na urządzenia z systemem Android oraz iOS.



Oprogramowanie Brand24 pozwala użytkownikowi na:

- uzyskanie informacji o klientach – zrozumienie ich preferencji w celu lepszego dostosowania komunikacji i działań marketingowych,
- akwizycję klientów – dotarcie do obecnych i potencjalnych klientów oraz generowanie leadów sprzedażowych,
- spersonalizowaną komunikację – nawiązanie bezpośredniej korespondencji z klientami tam gdzie pojawia się dyskusja na temat danej marki czy produktu. Pozwala to punktowo wpływać na wizerunek marki, co przekłada się na lepsze jej postrzeganie oraz wzrost poziomu zadowolenia klientów,
- odnalezienie tzw. influencerów, czyli osób, które wpływają na aktualne trendy w konkretnej branży, umożliwia to dodatkowe promowanie danej marki przy bezpośredniej współpracy z osobami cenionymi w danym środowisku.

Funkcjonalności dostępne w Brand24 wspierają zarządzanie marką w Internecie poprzez:

- ochronę wizerunku, dzięki szybkiemu dostępowi do dyskusji na temat firmy czy produktu o największym zasięgu,
- analizę efektywności działań marketingowych, pozwalającą na optymalizację jej kosztów,
- analizę działań konkurencji,
- identyfikację osób komunikujących wątki związane z marką i nawiązanie z nimi interakcji w miejscu pozostawienia śladów tej komunikacji.

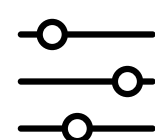
Emitent posiada ugruntowaną pozycję na krajowym rynku monitoringu Internetu, a także rozwija ją na arenie międzynarodowej. Potwierdzeniem wysokiej jakości narzędzia Brand24 są liczne bardzo dobre recenzje użytkowników i opinie ekspertów.

Technologia

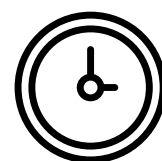
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnątrz przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Od ponad 7 lat technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

- działanie w czasie rzeczywistym,
- możliwość uzyskania dostępu do oprogramowania w dowolnym czasie, z dowolnego miejsca na ziemi i z dowolnego urządzenia z podłączeniem do Internetu,
- automatyzacja procesu wyszukiwania poruszanych w Internecie zagadnień przy wykorzystaniu technologii big data (wykorzystanie robotów internetowych, ang. "web crawler"),
- archiwizacja miliardów wzmianek identyfikowanych dla byłych i obecnych klientów Spółki oraz udostępnianie zasobów archiwalnych, przy kolejnych wyszukiwaniach,
- śledzenie milionów źródeł jednocześnie, włączając serwisy społecznościowe, blogi czy serwisy prasowe,
- łatwa skalowalność na dziesiątki tysięcy użytkowników bez potrzeby proporcjonalnego powiększania zespołu osobowego oraz zmiany technologii,
- oszczędność czasu i zasobów użytkowników dzięki automatyzacji analityki trendów i sentymentu.

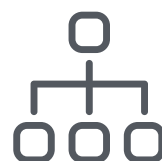
Oprogramowanie dostarczane jest w formacie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające na jakość produktu

Model SaaS

Oprogramowanie SaaS, które stanowi jeden z modeli chmury obliczeniowej, coraz częściej zastępuje tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalności i elastyczności wykorzystywanych rozwiązań. SaaS jest najbardziej kompleksową usługą segmentu Cloud Computing polegającą na dostarczeniu usługobiorcy aplikacji oraz infrastruktury niezbędnej do jej prawidłowego działania.

Sprzedaż produktu w formie SaaS polega na zdalnym udostępnianiu oprogramowania przez Internet. W ramach SaaS świadczone są m.in. usługi wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz sprzedaż produktów i usług przez nie oferowanych. Przychody spółek z branży SaaS generowane są głównie poprzez pobieranie z góry opłat abonamentowych za dostęp do oprogramowania. Istnieje także wiele dodatkowych modeli pobierania opłat, m.in. opłata za transakcję, wolumen, funkcje, limity wykorzystania zasobów.

Sprzedaż oprogramowania w formie SaaS niesie za sobą znaczące korzyści zarówno po stronie klienta, jak i dostawcy. Najczęściej wymieniane korzyści dla klienta to:

- oszczędności na kosztach sprzętu, infrastruktury, wsparcia i serwisu,
- uproszczenie procesu implementacji aplikacji (krótki czas wdrożenia oraz marginalne koszty implementacji) – dotyczy to również aktualizacji oprogramowania do najnowszej wersji, która najczęściej wykonywana jest przez dostawcę automatycznie i bezobsługowo ze strony klienta,
- cykliczne i stosunkowo niskie płatności abonamentowe zamiast wysokiego jednorazowego kosztu zakupu oprogramowania i niezbędnej infrastruktury,
- mnogość pakietów pozwalająca na dostosowanie oferty do własnych potrzeb,
- skalowalność produktu wraz ze wzrostem zapotrzebowania ze strony klienta,
- dostępność usługi – możliwość korzystania z aplikacji z dowolnego miejsca za pomocą komputerów stacjonarnych i urządzeń mobilnych.

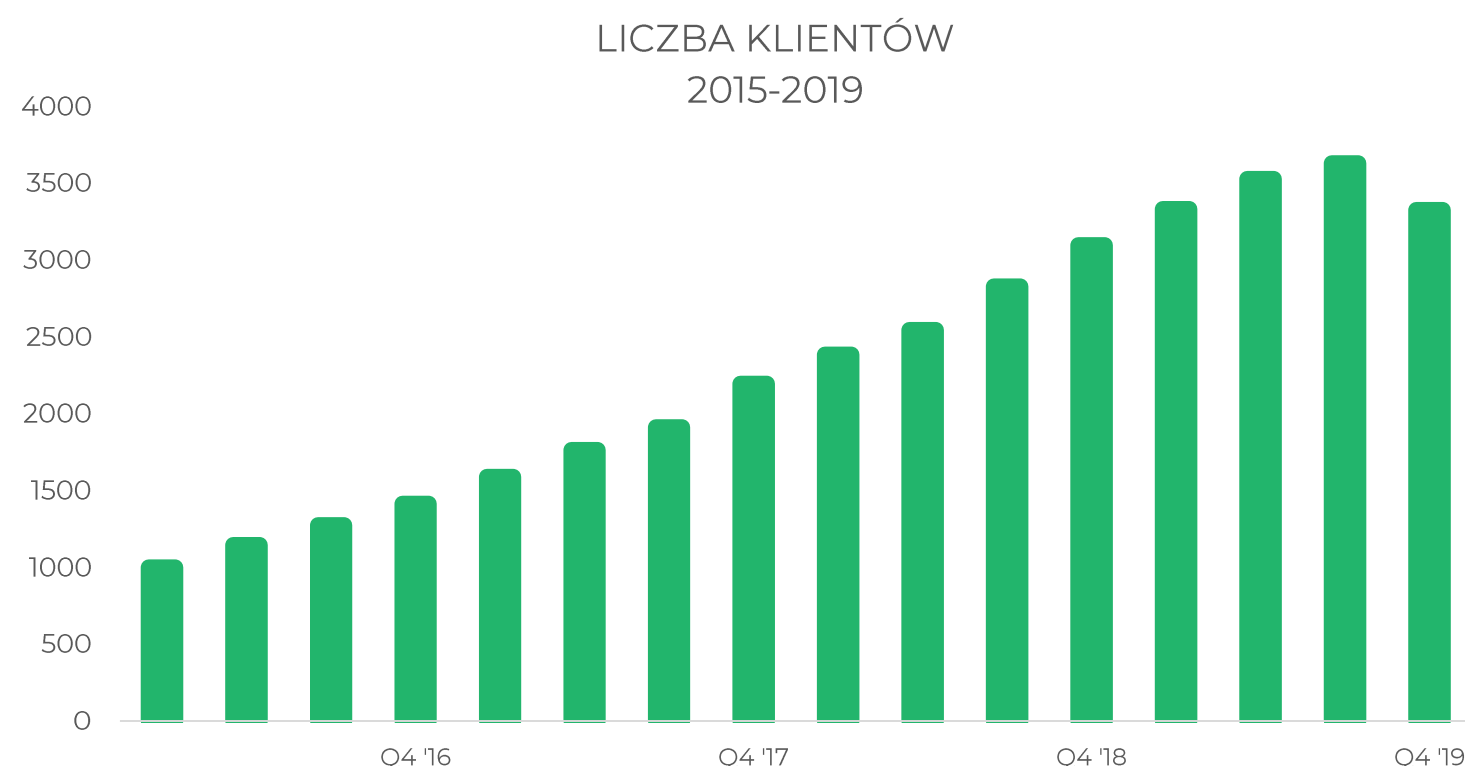
2. Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24 / Odbiorcy usług

Najczęstszymi odbiorcami oprogramowania Grupy są firmy małe, zatrudniające do 50 osób, które stanowią ponad 50% całkowitej liczby klientów, jednocześnie klientami Emitenta są również rozpoznawalne globalnie i regionalnie marki.

Poniżej zaprezentowano informację nt. liczby klientów korzystających z rozwiązania Brand24 wyrażonej przez liczbę aktywnych kont na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2016 - 2019 roku.

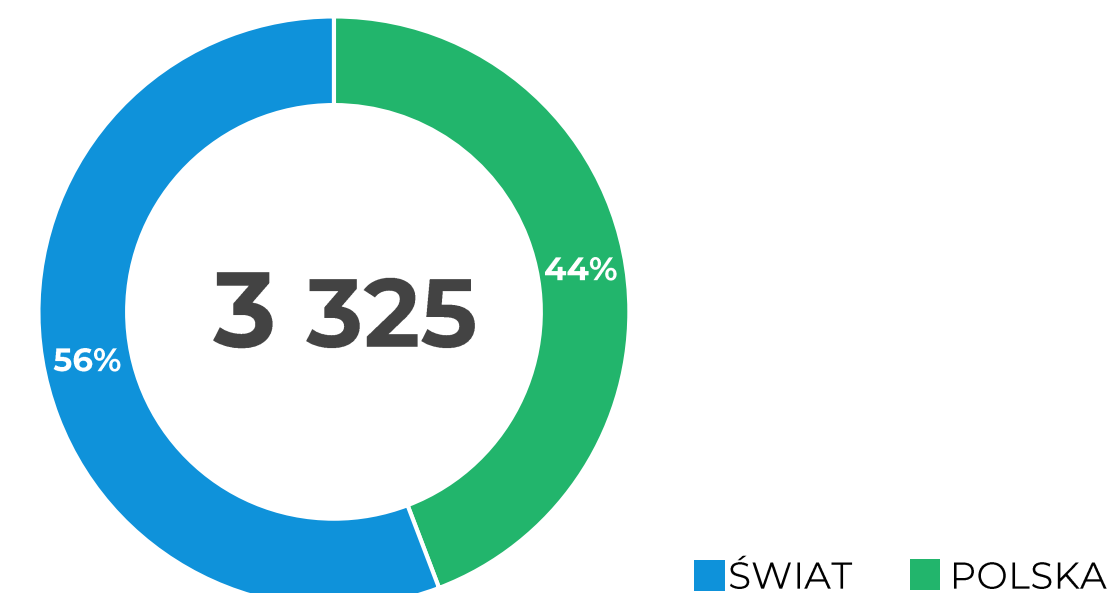
Ekspansja zagraniczna rozpoczęła się wraz z uruchomieniem globalnej wersji narzędzia Brand24 w 2015 roku. Od tego momentu dynamicznie przybywa klientów korzystających z narzędzia poza granicami Polski.

Poniżej przedstawiono strukturę geograficzną klientów Grupy Brand 24 według stanu na koniec 2019 roku.

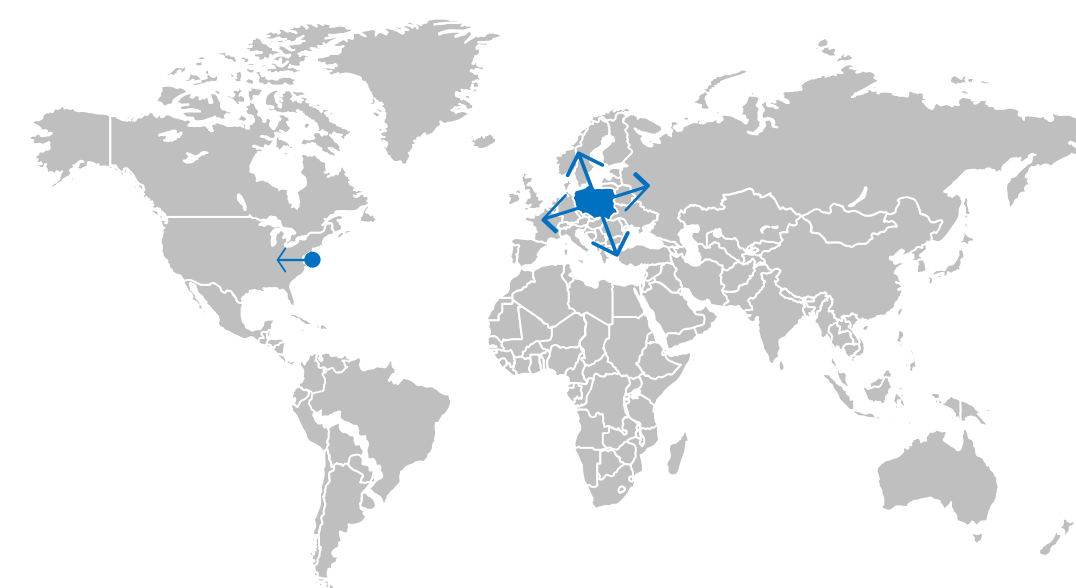


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich. Grupa Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 120 krajów, m.in. z USA, Wielkiej Brytanii, Polski, Indonezji, Włoch, Bułgarii, Kanady, Singapuru, Emiratów Arabskich oraz Australii. W gronie użytkowników narzędzia Brand 24 znajdują się takie marki jak Intel, Carlsberg, IKEA, H&M, Vichy, GlaxoSmithKleine, czy Credit Agricole.

PODZIAŁ LICZBY KLIENTÓW



Emitent zakłada, że udział zagranicznych klientów w najbliższych latach będzie rósł.



Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w 2019 roku:

- Start automatycznych raportów PDF, nowej wersji jednej z najpopularniejszych funkcji produktu,
- Stoisko na konferencji SMMW 2019, największym wydarzeniu branży Marketingu w Social Media na świecie,
- Tymczasowe wstrzymanie monitoringu serwisów Facebook i Instagram
- Uruchomienie monitoringu nowych serwisów społecznościowych: Tik Tok oraz Twitch
- Start nowej strony głównej Brand24
- Start nowego algorytmu analizy sentymentu dla ponad setki języków

Inne istotne wydarzenia

Poza opisanymi powyżej zdarzeniami operacyjnymi w okresie sprawozdawczym nie miały miejsca inne istotne wydarzenia, które dotyczyły Grupy Kapitałowej Brand 24.

W okresie sprawozdawczym, w dniu 16 października 2019 roku miało miejsce podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.448,60 zł w wyniku objęcia 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda przez osoby uprawnione w ramach Programu Motywacyjnego.

Emitent 10 kwietnia 2019 roku złożył w UKNF wniosek o zatwierdzenie prospektu sporządzonego w związku z ubieganiem się o dopuszczenie do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez GPW. Na dzień publikacji sprawozdania wniosek ten jest procedowany.

Inwestycje

W 2019 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 2 062 tys. zł. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

Istotne zdarzenia po zakończeniu okresu sprawozdawczego

Po zakończeniu okresu sprawozdawczego wystąpiły następujące zdarzenia istotne dla działalności Grupy Kapitałowej Brand 24:

- Podpisanie porozumienia z Facebook Inc. na mocy którego Facebook przywrócił Spółce dostęp do profili w serwisach Facebook.com oraz Instagram.com. Przywrócone zostały również dostęp do konta reklamowego i ogólny dostęp do API
- Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania Spółka zakończyła pozytywnie proces weryfikacji aplikacji służącej integracji z platformami Facebook i Instagram w zakresie monitoringu. Zasady działania aplikacji oparte są na najnowszych wytycznych regulaminów oraz interfejsów programistycznych (API) tych platform. Spółka przewiduje, że wdrożenie nowego sposobu monitoringu ww. platform w narzędziu Brand24 (czyli dostępnego dla klienta końcowego), zakończy się w ciągu kilku dni.
- Uruchomienie jednego z pierwszych na Świecie rozwiązań Monitoringu Podcastów.

Umowy finansowe

Grupa w trakcie okresu sprawozdawczego dysponowała jednorocznym kredytem w rachunku bieżącym do maksymalnej wysokości 1 mln zł udzielonym Emitentowi przez Alior Bank S.A. Termin zakończenia umowy kredytowej przypada na dzień 4 listopada 2020 roku, z tym że kredyt ten jest zmniejszany co miesiąc o kwotę 100 tys. zł. Na dzień publikacji sprawozdania zadłużenie wynosi 700 tys. zł.

Grupa dysponuje również kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 400 tys. zł udzielonym Brand 24 S.A. przez ING Bank Śląski z terminem zakończenia umowy na dzień 4 września 2020 roku.

Dodatkowo Grupa posiada dodatkowe finansowanie w ramach umowy z Uncapped LTD. Spłata jest uzależniona od generowanych przychodów Grupy. Na dzień publikacji sprawozdania kwota finansowania to 246 tys. EUR i została udzielona w dwóch transzach po 150 tys EUR z czego 54 tys. EUR zostało już spłacone.

W 2019 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

Emisje papierów wartościowych

16 października 2019 roku Spółka wyemitowała w ramach kapitału warunkowego 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

SYTUACJA FINANSOWA



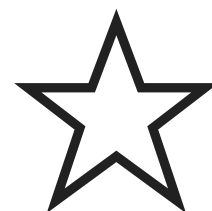
Omówienie danych operacyjnych



Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa



Prognozy wyników finansowych



BRAND 24

Najważniejsze dane

3 325

AKTYWNYCH KLIENTÓW
NA KONIEC ROKU

15.7 mln

PLN
ROCZNYCH
PRZYCHODÓW

1.1 mln

PLN MRR
MIESIĘCZNYCH POWTARZALNYCH
PRZYCHODÓW NA KONIEC ROKU
(GRUDZIEŃ 2019)

1.5 x

WZROST LICZBY KLIENTÓW
W PRZECIĄGU 2 LAT

Gru 2017 – Gru 2019

**skalowalny
biznes**

2.1 x

WZROST PRZYCHODÓW
W OSTATNICH 2 LATACH

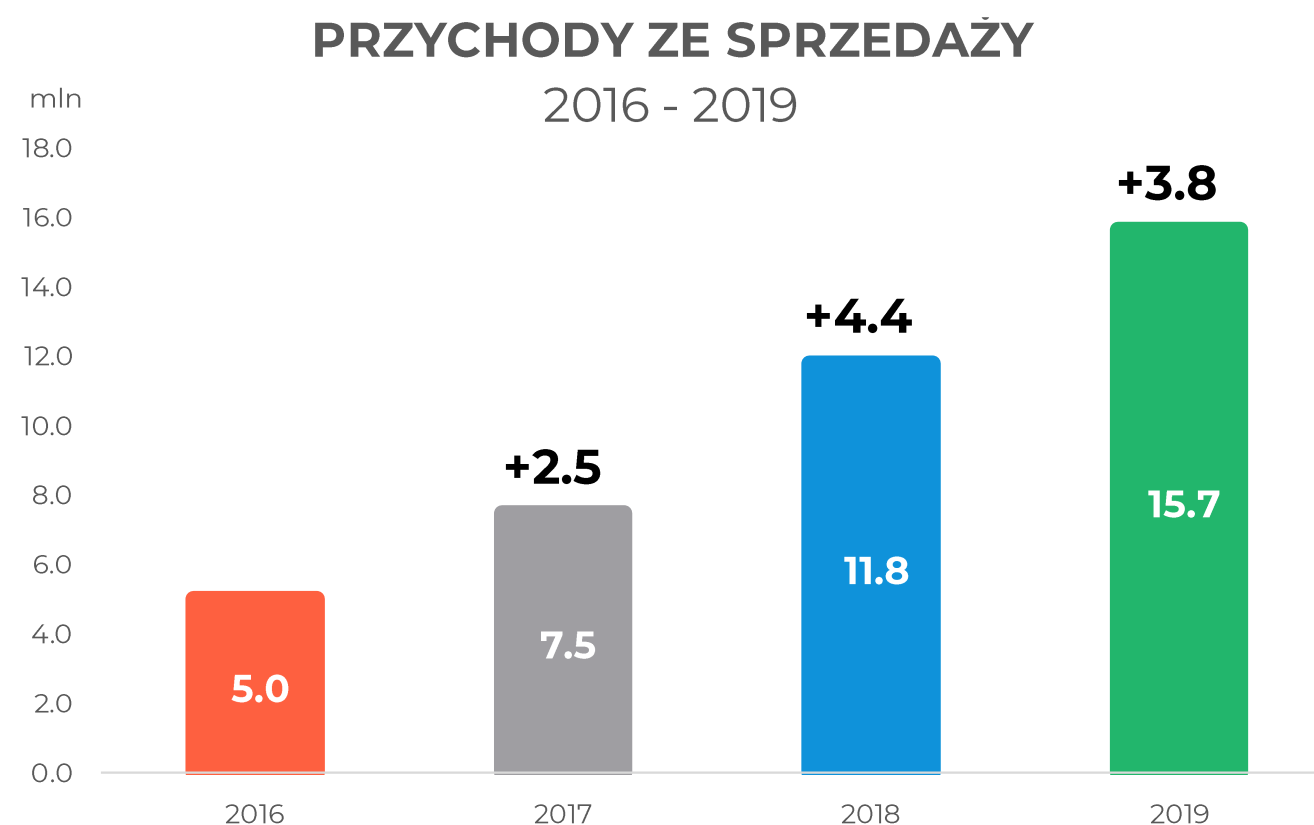
2017 vs. 2019

3. Omówienie danych operacyjnych

Grupa Brand 24 zakończyła rok 2019 z przychodami skonsolidowanymi na poziomie 15.7 mln zł, co w porównaniu do roku poprzedniego jest wartością większą o 3.8 mln zł (+32%). Taki wzrost był możliwy dzięki pozyskiwaniu nowych klientów oraz wzrostowi udziału sprzedaży zagranicznej, charakteryzującej się wyższym ARPU (średni przychód przypadający na klienta).

Skonsolidowana EBITDA* (zg. z MSSF) Grupy wyniosła w okresie sprawozdawczym 1.5 mln PLN i była wyższa o 1.5 mln od wyniku z roku poprzedniego.

W porównaniu do 2018 roku strata netto zmniejszyła się z 1.8 mln PLN do 1.0 mln PLN, a wynik z działalności operacyjnej wyniósł (-)0.9 mln PLN w porównaniu do (-)1.9 mln PLN z analogicznego okresu roku poprzedniego.



*EBITDA – zysk operacyjny przed potrąceniem odsetek, podatków oraz amortyzacji

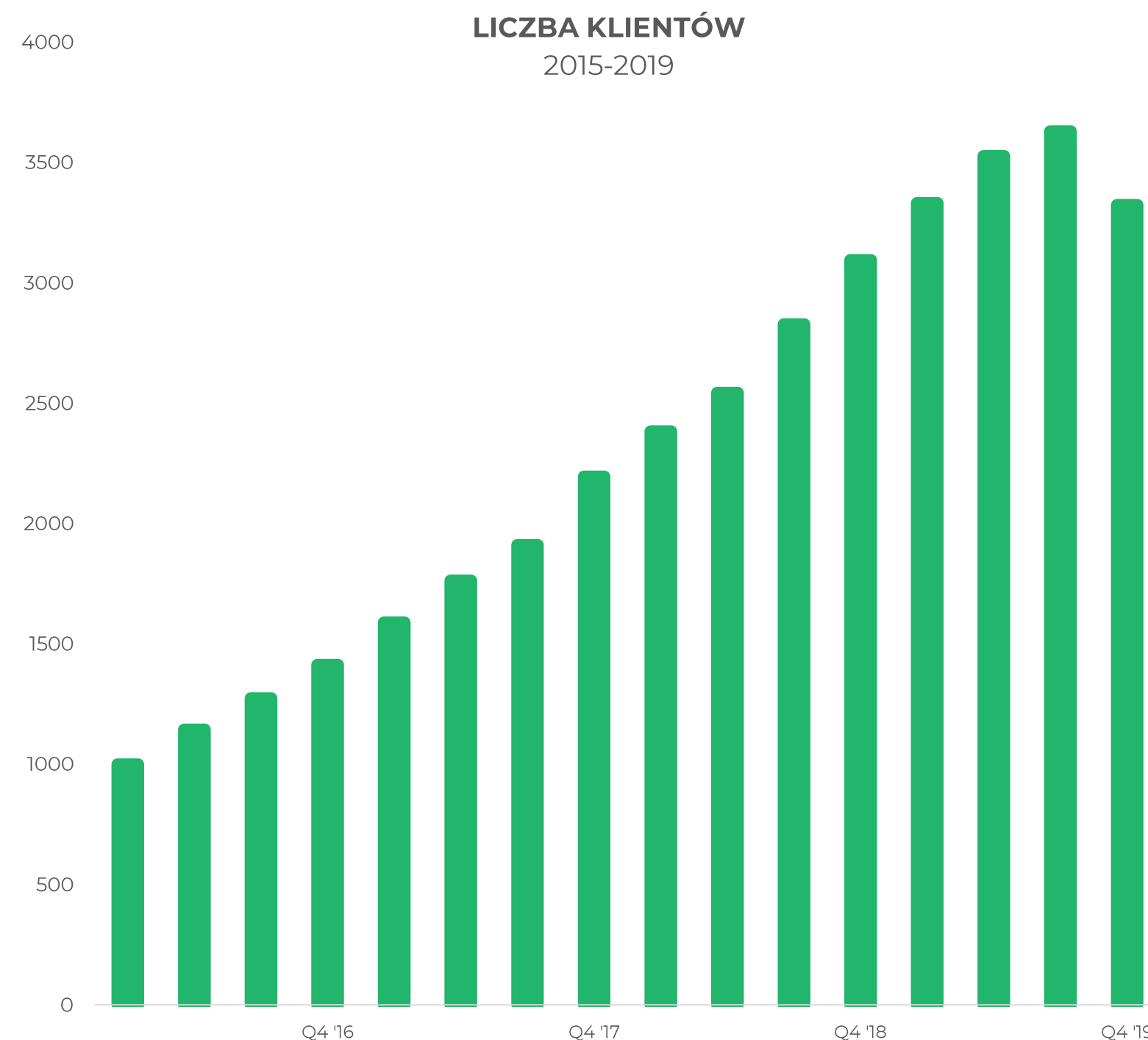
3. Omówienie danych operacyjnych

Na koniec 2019 roku Grupa posiadała 3325 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co w porównaniu do 2018 roku jest wynikiem wyższym o 229 klientów (3096 aktywnych kont na koniec 2018 roku).

W IV kwartale 2019 roku Spółka zanotowała spadek liczby klientów co zostało szczegółowo wyjaśnione w raporcie bieżącym ESPI 1/2020.

Grupę charakteryzuje wysokie historyczne tempo wzrostu liczby klientów, w okresie 2016-2019 łączna liczba klientów wzrosła netto o 1.9 tys., co oznacza średnioroczne tempo wzrostu (CAGR) dla wspomnianego okresu na poziomie 33%.

Grupa obecnie skupia się przede wszystkim na sprzedaży globalnej, na rynkach całego świata. Wśród klientów spółki są firmy z ponad 120 państw.



3. Omówienie danych operacyjnych

Wskaźnik MRR reprezentuje miesięczne przychody z abonamentów opłacanych za dostęp do narzędzia Brand24 opłacanych cyklicznie.

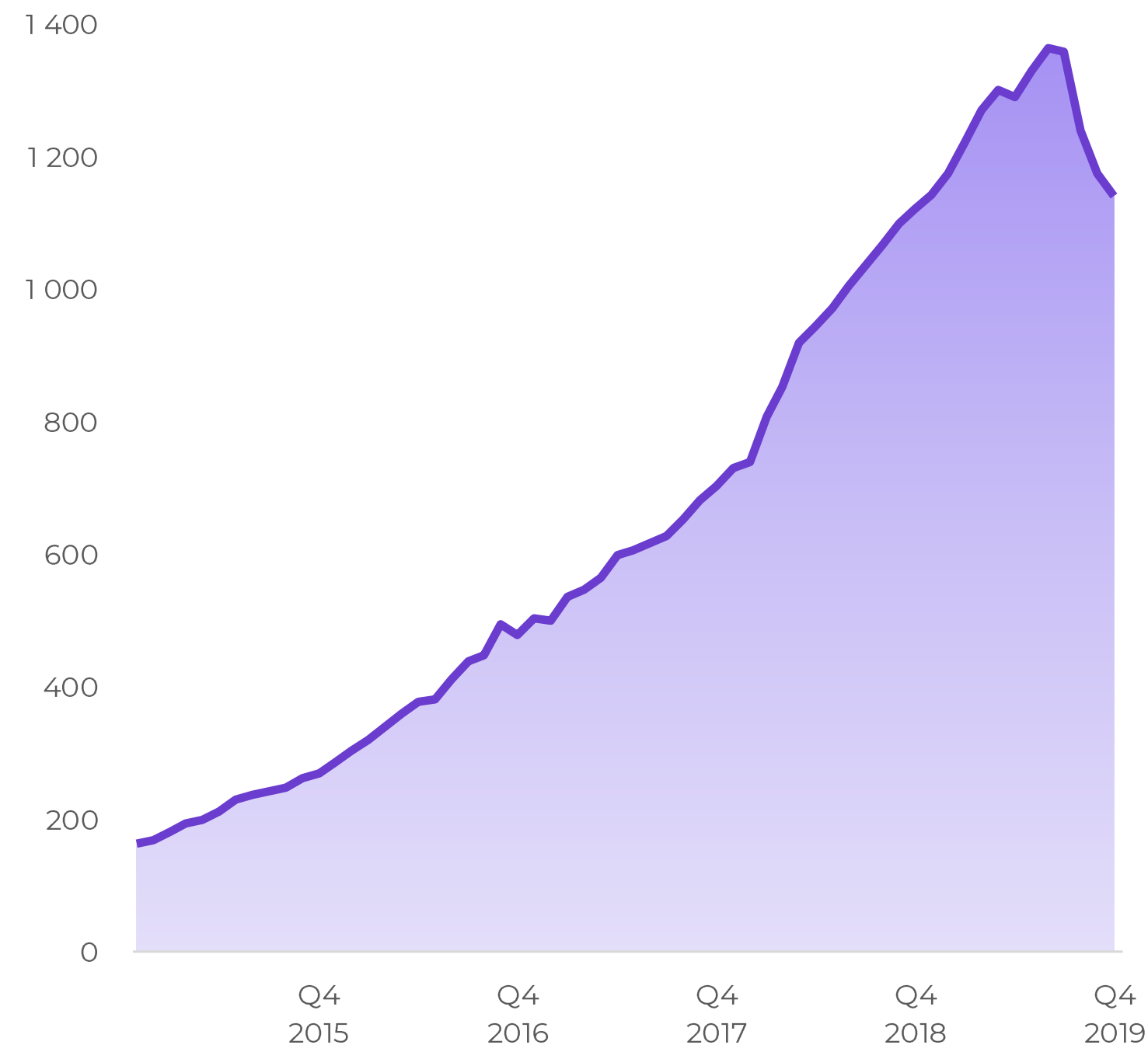
Na koniec 2018 roku MRR wynosił 1 122 tys. PLN. W grudniu 2019 roku MRR wynosił 1 142 tys. PLN. Niewielki wzrost miesięcznych przychodów w skali roku wynika ze spadków jakie miały miejsce w 4 kwartale 2019 roku.

W okresie 2016-2019 wzrostowi liczby klientów towarzyszył dynamiczny wzrost miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR – Monthly Recurring Revenue) na poziomie 34% CAGR.

Wersja globalna narzędzia stała się istotnym motorem napędowym wzrostu przychodów oraz liczby klientów Brand 24, a jej rozwój w opinii Zarządu, jest kluczowy dla wzrostu wartości Spółki w przyszłości.



MRR
2015 - 2019



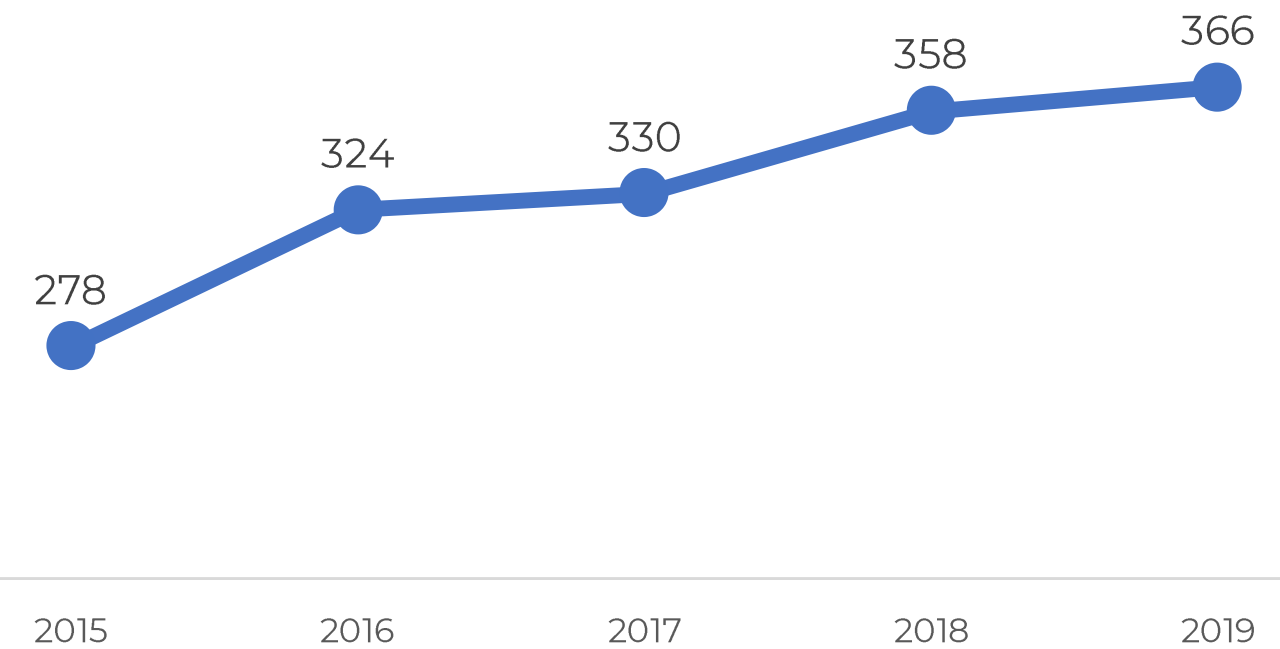
3. Omówienie danych operacyjnych

Wzrostowi liczby klientów towarzyszy wzrost średniego przychodu przypadającego na klienta (ARPU – average revenue per user), który w 2019 roku wynosił średnio 366 PLN.

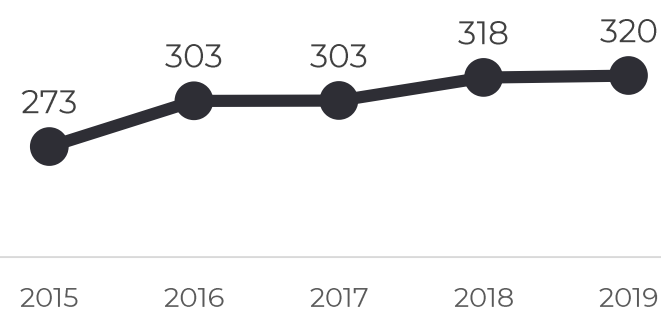
Średnie ARPU za 2019 roku w porównaniu do 2018 roku wzrosło o 8 PLN. Zmiana ta spowodowana jest wzrostem portfela klientów zagranicznych, którzy charakteryzują się wyższym ARPU niż klient wersji polskiej. Na zmianę średniego ARPU ma również wpływ kurs dolara, który średnio w 2019 roku był wyższy w porównaniu do średniego kursu roku 2018.

W 4 kwartale 2019 roku spółka zanotowała spadek ARPU związany z brakiem danych z serwisów społecznościowych Facebook oraz Instagram, co miało przełożenie na średnioroczne ARPU za rok 2019.

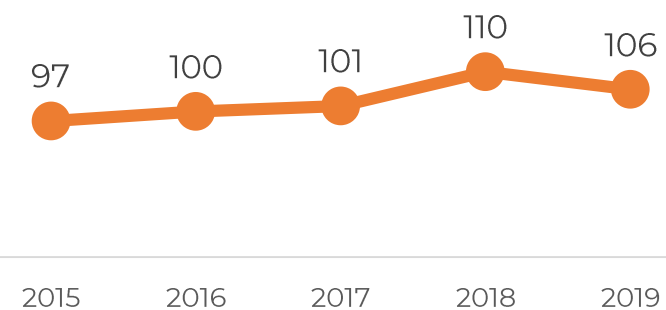
ARPU
2015-2019
PLN



ARPU Polska
2015-2019
PLN



ARPU Zagranica
2015-2019
USD

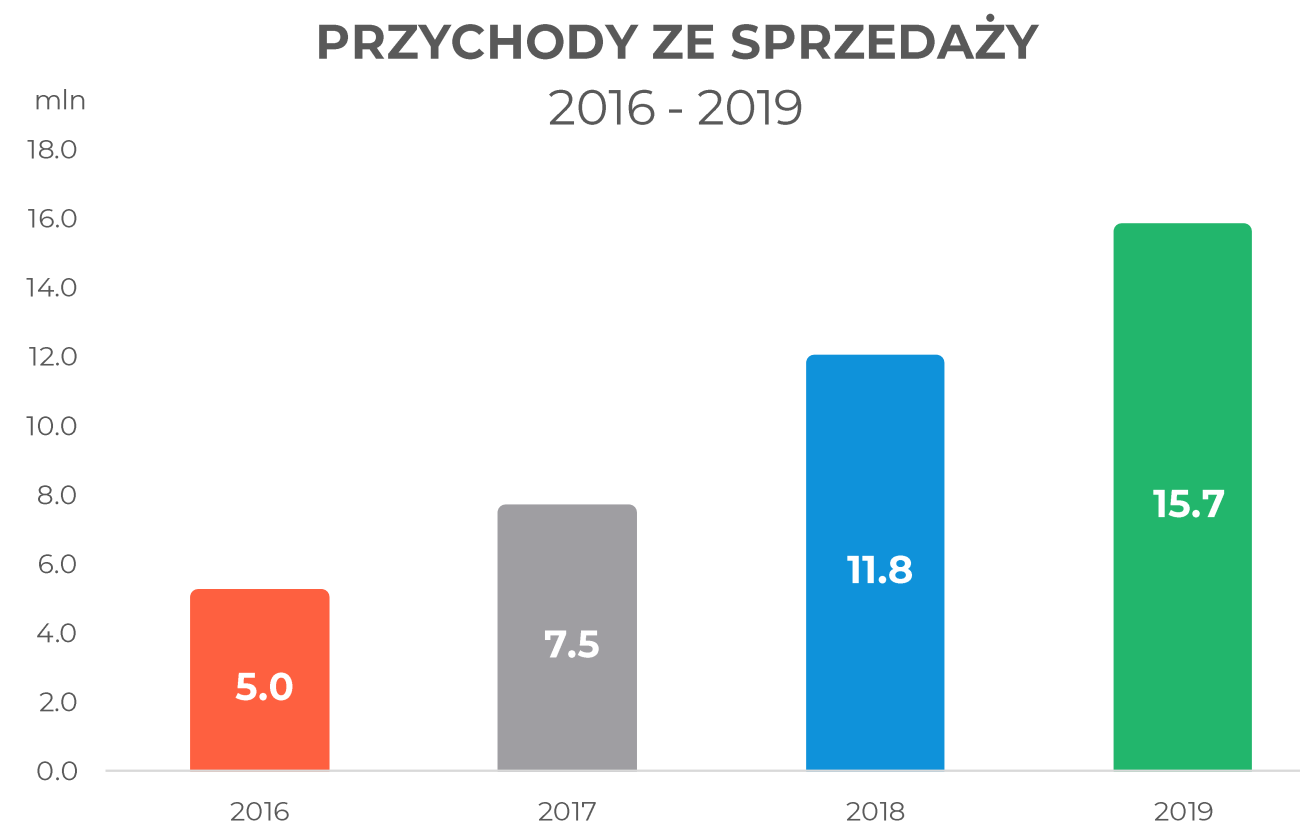


Wersję globalną narzędzia charakteryzuje wyższy poziom ARPU co jest pochodną cennika oraz większego odsetka klientów wybierających najdroższą wersję planu abonamentowego. Zwiększający się udział klientów zagranicznych (o wyższym ARPU niż w wersji polskiej narzędzia) w portfelu wszystkich klientów Grupy Brand 24 skutkuje stopniowym wzrostem całkowitego ARPU Grupy (przy założeniu stabilnego kursu dolara).

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

Pozycja	w tys. PLN		
	2019	2018	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	15 652	11 827	3 824
Koszty sprzedanych produktów	7 057	6 037	1 021
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	8 595	5 791	2 804
Koszty sprzedaży	5 459	3 658	1 801
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	3 640	3 345	295
Pozostałe przychody operacyjne	14	43	(29)
Pozostałe koszty operacyjne	31	119	(88)
Koszty wyceny programu motywacyjnego	359	590	(231)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(880)	(1 877)	997
EBITDA	1 552	69	1 483
Przychody finansowe	0	1	(1)
Koszty finansowe	225	138	87
Zysk (strata) brutto	(1 105)	(2 015)	910
Zysk (strata) netto	(997)	(1 755)	759

Grupa w 2019 roku osiągnęła przychody na poziomie 15.7 mln zł. W porównaniu do poprzedniego roku zanotowała wzrost przychodów, o 3.8 mln zł (+32%). Wzrost przychodów jest w szczególności efektem wzrostu liczby aktywnych klientów korzystających z rozwiązania Brand24 oraz poprawy wskaźnika ARPU. Liczba klientów w trakcie 2019 roku uległa zwiększeniu netto o 229 aktywnych kont, co oznacza wzrost o 7.4% względem stanu na koniec 2018 roku. Powiększenie bazy aktywnych klientów przekłada się również na wyższe koszty bezpośrednie. Grupa również zwiększa nakłady na rozwój produktu poprzez rozbudowywanie funkcjonalności rozwiązania Brand24, co w perspektywie czasu powinno wpłynąć na dalsze powiększanie bazy klientów. Koszty ogólne zarządu kształtują się na niewiele większym poziomie co w roku 2018. Grupa rozpoznaje również w kosztach, zgodnie z MSSF, wycenę programu motywacyjnego, która ma istotny wpływ na wyniki zarówno w roku 2019 jak i 2018. Mimo wyższych kosztów Grupa sukcesywnie poprawia wynik netto dzięki wzrostom przychodów. Pozwala to również na poprawę rentowności biznesu na wszystkich głównych wskaźnikach.



3. Przekształcenie wyników

Pozycja	w tys. PLN		
	MSR	Korekta	PSR
Przychody netto ze sprzedaży	15 652	(31)	15 682
Koszty sprzedanych produktów	7 057	(108)	7 165
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	8 595	77	8 518
Koszty sprzedaży	5 459	-	5 459
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	3 640	(45)	3 685
Pozostałe przychody operacyjne	14	10	5
Pozostałe koszty operacyjne	31	12	19
Koszty wyceny programu motywacyjnego	359	359	-
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(880)	(240)	(641)
EBITDA	1 552	1 558	(6)
Przychody finansowe	0	-	0
Koszty finansowe	225	164	61
Zysk (strata) brutto	(1 105)	(404)	(702)
Zysk (strata) netto	(997)	(396)	(601)

Grupa Brand 24 na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki Brand 24 S.A. z dnia 19 grudnia 2018 roku sporządza sprawozdanie finansowe zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz interpretacjami wydanymi przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Grupa na podstawie wcześniejszej polityki rachunkowości, opartej o ustawę o rachunkowości, wyliczyła wpływ korekt, wynikających ze zmian standardów rachunkowych, na wyniki roku sprawozdawczego. Przekształcenie zostało dokonane na potrzebny porównawcze z Programem Motywacyjnym Spółki. Podsumowanie tych zmian zostało przedstawione poniżej.

Wpływ zastosowania MSR na wynik netto	2019
Wynik netto według MSR	(997)
Wycena programu motywacyjnego	359
Klasyfikacja umów leasingowych	(0)
Ujęcie strat kredytowych	12
Rozpoznanie przychodów	25
Wynik netto według PSR	(601)

3. Sytuacja majątkowa GK Brand 24

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	31.12.2019	31.12.2018	Zmiana
Aktywa trwałe	9 500	4 223	5 277
Rzeczowe aktywa trwałe	193	137	56
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	4 983	1 638	3 346
Wartości niematerialne	3 544	2 017	1 528
Należności długoterminowe z tytułu kaucji	82	63	19
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	690	364	326
Pozostałe aktywa trwałe	6	3	3
Aktywa obrotowe	1 726	1 871	(144)
Należności handlowe	812	959	(147)
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	485	159	326
Rozliczenia międzyokresowe	71	117	(46)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	358	636	(278)
Aktywa razem	11 226	6 094	5 132

Najistotniejszą pozycję aktywów trwałych stanowią wartości niematerialne i prawne, które obejmują skapitalizowane nakłady na rozwój produktu Brand24 oraz aktywa z tytułu prawa do użytkowania, gdzie Grupa rozpoznaje wartość aktywów wynikających z umów, które spełniają kryteria umów leasingu, zgodnie z MSSF 16. W raportowanym okresie Grupa odnowiła umowę na dedykowane serwery na kolejne 4 lata zgodnie z MSSF 16, co znacznie zwiększyło wartość aktywów trwałych z racji jej wyceny.

PASywa Pozycja	w tys. PLN		
	31.12.2019	31.12.2018	Zmiana
Kapitał własny	1 699	2 340	(640)
Kapitał podstawowy	202	201	1
Kapitał zapasowy	5 185	5 185	-
Pozostałe kapitały	3 401	3 042	359
Różnice kursowe z przeliczenia	(9)	(5)	(4)
Niepodzielony wynik finansowy	(6 083)	(4 327)	(1 755)
Wynik finansowy bieżącego okresu	(997)	(1 755)	759
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	9 527	3 754	5 773
Zobowiązania z tytułu leasingu	5 055	1 708	3 347
Zobowiązania handlowe	1 462	620	842
Zobowiązania do wykonania świadczenia	971	1 102	(131)
Kredyty i pożyczki	1 397	11	1 386
Rezerwy i Pozostałe	641	314	328
Pasywa razem	11 226	6 094	5 132

Po stronie zobowiązań odzwierciedleniem zastosowania MSSF 16 jest pozycja Zobowiązania z tytułu leasingu. Grupa w ramach umów leasingu rozpoznaje umowy dotyczące wynajmu powierzchni biurowych oraz dzierżawy serwerów.

Znaczna zmiana widoczna jest także w pozycji Kredyty i pożyczki. Spółka w 2019 roku wykorzystywała linie kredytowe, które w 2018 roku nie były wykorzystywane z racji posiadanych jeszcze środków pieniężnych z emisji akcji serii I z 2017 roku.

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

PRZEPIŁY PNIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	2019	2018	Zmiana
Przeptywy pieniężne z działalności operacyjnej	2 524	994	1 530
Przeptywy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(2 213)	(1 264)	(948)
Przeptywy pieniężne z działalności finansowej	(589)	(1 666)	1 077
Przeptywy pieniężne netto	(278)	(1 937)	1 658
Środki pieniężne na początek okresu	636	2 573	(1 937)
Środki pieniężne na koniec okresu	358	636	(278)

Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne ze sprzedaży produktu w jego rozwój i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów. Poprawa rentowności operacyjnej w 2019 roku w porównaniu do okresu porównawczego pozytywnie wpływa na przepływy pieniężne.

Działalność inwestycyjna jest realizowana poprzez prace rozwojowe nad narzędziem Brand24, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na runku.

Najistotniejszą pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu wynikające z zastosowania MSSF 16 dotyczące umów dzierżawy serwerów i wynajmu powierzchni biurowych. W 2019 roku zostały one częściowo skompensowane wpływami z kredytów bankowych.

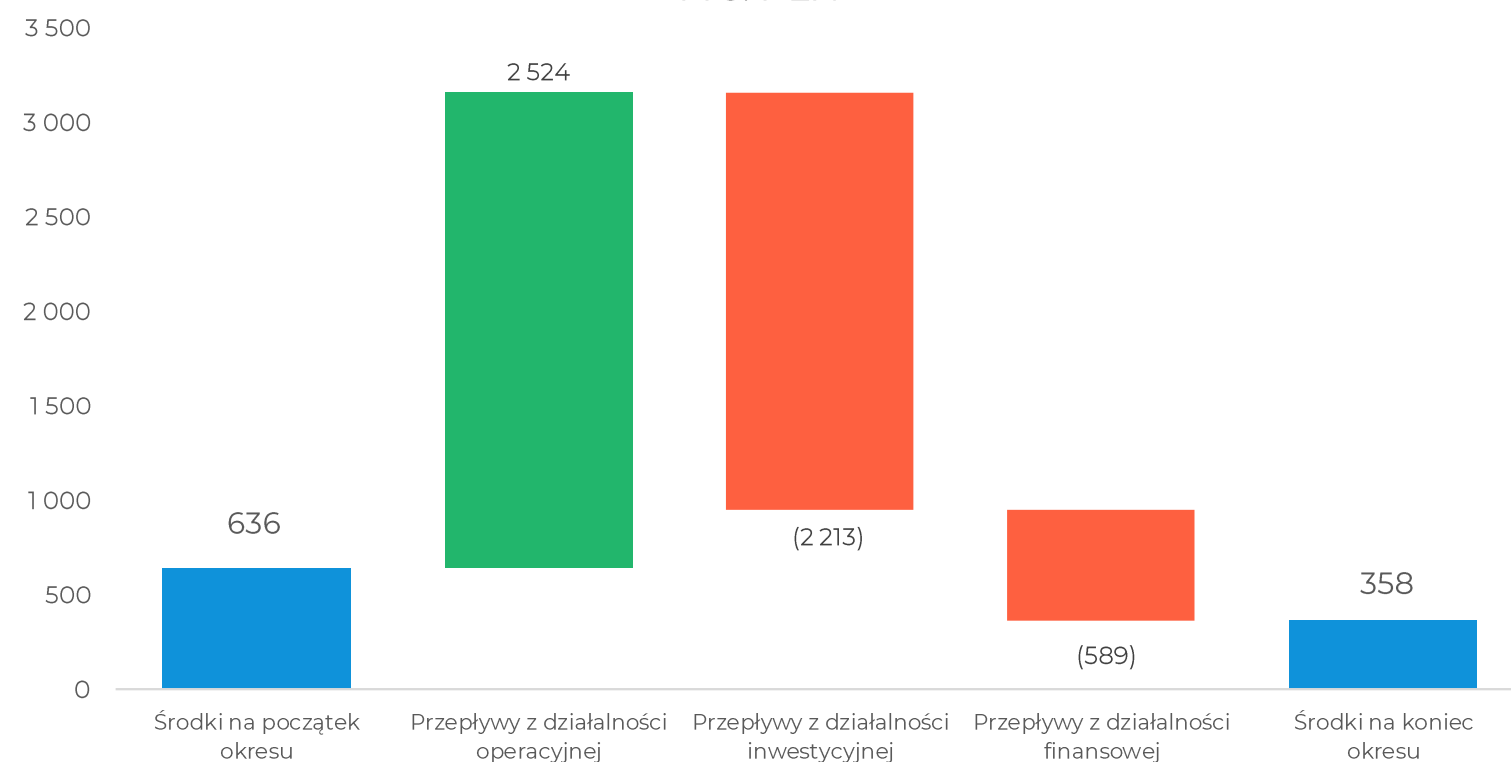
Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych zakłóceń w zakresie realizacji wymagalnych zobowiązań. Jednocześnie w celu poprawy struktury i poziomu kapitału obrotowego, wymaganego dla finansowa podstawowej działalności operacyjnej, rozważana jest możliwość pozyskania finansowania zewnętrznego, w tym w szczególności o charakterze udziałowym lub/oraz dłużnym, przy czym na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania żadne decyzje w tym obszarze nie zostały podjęte.

Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2019.

Niezależnie od powyższego w 2019 roku w Grupie funkcjonuje Program Motywacyjny oparty m.in. o wyniki finansowe Grupy. Szczegółowe informacje na ten temat zostały zamieszczone w punkcie Program Motywacyjny.

PRZEPIŁY PNIĘŻNE GK BRAND 24 W 2019
TYS. PLN



PERSPEKTYWY ROZWOJU ORAZ RYZYKA I ZAGROŻENIA



Strategia Grupy Kapitałowej Brand 24



Perspektywy i czynniki rozwoju



Ryzyko prowadzonej działalności

- ryzyko operacyjne
- ryzyko finansowe

Celem Grupy Brand 24 jest wzrost wartości dla akcjonariuszy, którego przejawem będzie istotne zwiększenie generowanych wyników finansowych w oparciu o wzrost liczby klientów, który należy traktować jako główną jednostkę przychodową. Oczekiwany wzrost wyników Grupy powinien nastąpić, dzięki realizacji następujących celów pośrednich:



unifikacja narzędzia poprzez połączenie wersji polskiej i globalnej, utrzymaniu i umocnieniu pozycji lidera na krajowym rynku monitoringu sieci Internet i mediów społecznościowych



wzmocnienie pozycji na arenie międzynarodowej poprzez zwiększenie skali i efektywności działań skupiających się na pozyskiwaniu klientów, dalszego rozwoju i udoskonalania oprogramowania Brand 24, poprawa rentowności dzięki rosnącej skali i efektywnemu rozłożeniu kosztów stałych Grupy

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



rozwojowi źródeł pozyskania klienta, obecnie sprzedaż realizowana jest wyłącznie w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), który polega na umożliwieniu odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand24, przetestowanie go oraz zakupienie do niego dostępu w możliwie zautomatyzowany sposób i przy możliwie minimalnym kontakcie z pracownikami Grupy; w przeciwieństwie do tradycyjnych działań marketingowych, marketing oparty o ruch przychodzący polega na ekspozycji produktu „na drodze” klienta szukającego oprogramowania takiego jak Brand24.



poprawie konwersji z wersji testowej narzędzia do wersji płatnej co odbywać się będzie poprzez:

- 1) optymalizację tzw. ścieżki konwersji, czyli drogi jaką musi odbyć użytkownik, aby stać się płatnym klientem oraz
- 2) optymalizację jakości i ilości danych, jakie otrzymuje użytkownik chwilę po założeniu konta.



działaniami umożliwiającym utrzymanie klienta. Jednym z kluczowych wyzwań każdej firmy działającej w modelu SaaS jest nieustająca minimalizacja liczby klientów, którzy rezygnują z dostępu do oprogramowania (tzw. „churn”). Warto jednak podkreślić, że na obecnym etapie edukacji rynku, część klientów wykorzystuje oprogramowanie do monitoringu Internetu projektowo (czyli przez określony, stosunkowo krótki czas), głównie w celu monitoringu konkretnej kampanii reklamowej, konkursu lub w ramach cyklicznych audytów. W takim modelu narzędzie nie jest wykorzystywane w codziennej pracy. Dlatego jednym z największych wyzwań na najbliższe lata jest edukacja, która pokazuje oprogramowanie Brand24 jako produkt codziennego użytku dla firm małych i średnich.

Realizacja strategii działania w perspektywie najbliższych kilkunastu miesięcy finansowana będzie w szczególności z środków własnych, wygenerowanych z bieżącej sprzedaży usług. Środki te zostaną przeznaczona na:

(i) rozwój oprogramowania Brand24

Zgodnie z założeniami strategii, zwiększenie zatrudnienia w zespole programistów pozwoli na usprawnienie oprogramowania Brand24, które skutkować będzie:

- poprawą konwersji z wersji testowej narzędzia do wersji płatnej
- minimalizacją odpływu klientów dzięki poprawie jakości produktu
- unifikacją narzędzia Brand24, która pozwoli na odejście od podziału na wersję globalną i polską

(ii) oraz na działania marketingowe mające na celu poprawę dynamiki pozyskiwania klientów międzynarodowych.

Działania marketingowe pozwolą na dalszy rozwój źródeł pozyskania klient w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), między innymi poprzez:

- tworzenie treści edukacyjnych dla segmentu, w którym Grupa Brand 24 operuje,
- animowanie dyskusji powiązanych z branżą,
- udział w konferencjach, webinarach oraz warsztatach branżowych,
- dbanie o to aby produkt znajdował się na szczycie list w wyszukiwarkach internetowych, oraz prowadzenie kampanii reklamowych,
- budowanie relacji z osobami wpływowymi w Internecie,
- programy afiliacyjne.

4. Perspektywy i czynniki rozwoju

Emitent działa na rynku tzw. usług w chmurze. Chmura obliczeniowa jest modelem przetwarzania danych opartym na szeregu usług dostarczonych przez zewnętrznych usługodawców. Za pośrednictwem chmury oferowany jest oprogramowanie oraz konieczna infrastruktura. Tego typu model dystrybucji oznacza eliminację konieczności zakupu licencji oraz konieczności instalowania i administrowania oprogramowaniem u konsumenta. Cechą charakterystyczną usług świadczonych w chmurze jest swoista standaryzacja, oznacza to, że usługa nie jest tworzona pod konkretny podmiot, lecz dla szerokiej grupy klientów i zawiera pakiet ustandaryzowanych rozwiązań.

Działanie chmury polega na przeniesieniu ciężaru świadczenia usługi na serwer i udzielenie do niego dostępu poprzez komputery klienckie (np. za pośrednictwem przeglądarki internetowej). Tego rodzaju podejście powoduje, że za zapewnienie bezpieczeństwa odpowiedzialny jest dostawca usługi (po stronie serwera), a szybkość jej funkcjonowania zależna jest od parametrów samego serwera.

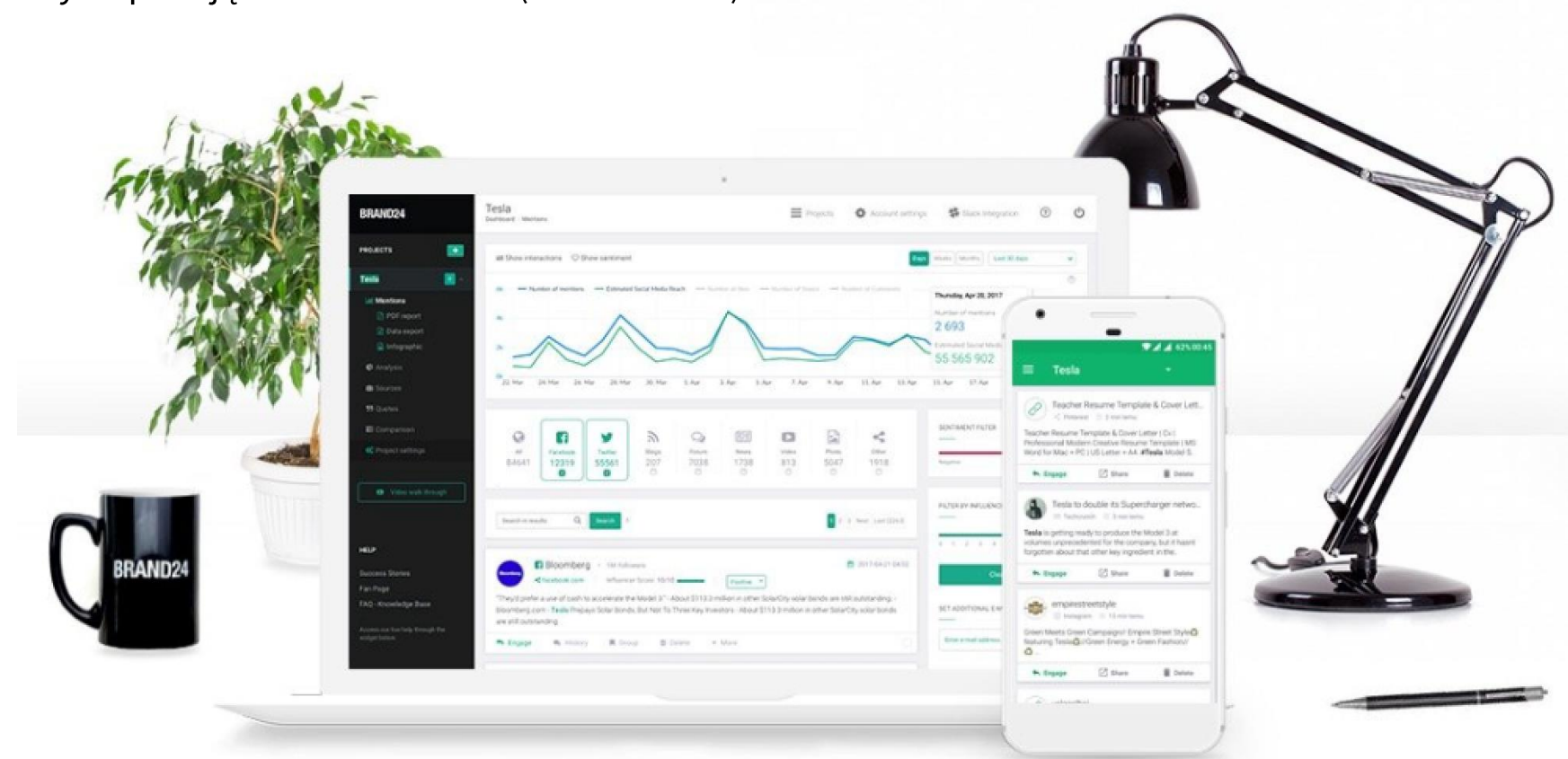
Oprogramowanie SaaS (Software-as-a-Service) stanowi jeden z modeli chmury obliczeniowej coraz częściej zastępują tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalności i elastyczności wykorzystywanych rozwiązań. Jednym z czterech segmentów usług wyróżnianych w ramach rynku Cloud Computing jest wspomniany model SaaS.

Obecnie w modelu SaaS oferowany jest szeroki wachlarz aplikacji, które wspierają szerokie spektrum procesów w przedsiębiorstwie.

Coraz większa liczba globalnych graczy w dziedzinie oprogramowania zaczyna sprzedawać swoje produkty w modelu SaaS np. Microsoft czy Adobe Systems.

Najczęściej w modelu SaaS oferowane jest oprogramowanie typu:

- aplikacje do zarządzania przedsiębiorstwem:
 - CRM – zarządzanie relacjami z klientami,
 - ERP – planowanie zasobów przedsiębiorstwa,
 - CSM – zarządzanie łańcuchem dostaw,
 - PLM – zarządzanie cyklem życia produktu.
- zarządzanie zasobami ludzkimi,
- aplikacje biurowe typu Microsoft Office i podobne,
- systemy poczty elektronicznej,
- systemy zarządzania treścią (CMS),
- programy służące analizie ruchu w serwisach WWW,
- aplikacje związane z zarządzaniem projektami,
- aplikacje księgowe,
- systemy wspierające handel w sieci (e-commerce).



4. Ryzyko prowadzonej działalności

Spółka nie widzi istotnych czynników ryzyka ani zagrożeń na jakie może być narażona w kontynuacji swojej działalności. Z uwagi na to, że Brand 24 działa na rynku nowoczesnych technologii Spółka na bieżąco doskonali swoje produkty tak aby odpowiedzieć zmieniającym się trendom i oczekiwaniom użytkowników i tym samym uniknąć ryzyka ponadstandardowej rezygnacji klientów z usług Spółki. Poniżej zamieszczono informacje nt. najistotniejszych ryzyk dotyczących działalności Spółki.

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko związane z pozyskaniem i utrzymaniem klientów	Pozyskanie klienta jest realizowane wyłącznie w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), którego zadaniem jest umożliwienie odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand 24, przetestowanie go oraz zakupienie do niego dostępu przy możliwie minimalnym kontakcie z pracownikami Grupy. Oprogramowanie Brand 24 sprzedawane jest głównie poprzez stronę internetową Emitenta. Klient rozpoczyna korzystanie z usług Grupy po zaakceptowaniu zamieszczonego na stronie internetowej Emitenta regulaminu. Z tą chwilą następuje aktywacja konta danego użytkownika, który może korzystać z narzędzia Brand 24 bezpłatnie przez określony okres próbny. Po upływie okresu próbnego użytkownik ma prawo wybrać plan abonamentowy, po opłaceniu którego może korzystać z oprogramowania Brand 24 przez czas trwania abonamentu. Abonament opłacony przez użytkownika odnawia się automatycznie, chyba że użytkownik zgłosi chęć rezygnacji z usług. W przypadku rezygnacji z usługi, użytkownik traci dostęp do oprogramowania. Skuteczne pozyskiwanie i utrzymanie klientów przez Grupę uzależnione jest od wielu czynników (m.in. skuteczności działań marketingowych, atrakcyjności oferowanego produktu, poziomu wyedukowania klienta, świadomości korzyści płynących ze stałego monitoringu Internetu, otoczenia konkurencyjnego, regulacji prawnych lub polityki cenowej).
Ryzyko związane z rozwojem rynku SaaS	Branża SaaS znajduje się na etapie szybkiego wzrostu i rozwoju. W sposób ciągły zmieniają się standardy branżowe, wprowadzane są zmiany usług i dostępnych produktów. Brak możliwości dostosowywania się do tych zmian powoduje ryzyko, że pozycja konkurencyjna Spółki może się pogorszyć. W celu minimalizacji powyższego ryzyka Spółka na bieżąco dostosowuje swój model biznesowy do zmieniających się w branży trendów. Spółka na bieżąco monitoruje otaczający ją rynek i dopasowuje swoją strategię i ofertę do bieżących oczekiwań użytkowników.
Ryzyko ograniczenia dostępności danych	Podstawą prawidłowego funkcjonowania narzędzia Brand 24 są dane gromadzone z publicznej sieci Internet, a także dane nabywane od zewnętrznych dostawców. Istnieje ryzyko, że zmieni się dostępność lub cena pozyskania danych, co może mieć wpływ na jakość wyników dostępnych dla użytkownika narzędzia.
Ryzyko związane z koncentracją produktową Grupy	Działalność operacyjna Grupy opiera się na jednej podstawowej aktywności – sprzedaży dostępu do oprogramowania służące do monitoringu Internetu, w tym mediów społecznościowych – Brand 24, w dwóch wersjach, tj. przeznaczonej na rynek polski i na rynek globalny. Grupa praktycznie nie generuje przychodów w obszarach innych niż sprzedaż dostępu do oprogramowania Brand 24. Pod kątem produktowym przychody generowane przez Grupę nie są zdywersyfikowane. W przypadku istotnego spadku popytu rynkowego na oprogramowanie Brand 24 (np. w wyniku utraty przewagi konkurencyjnej technologii Grupy, załamania na rynku lub w konsekwencji innych negatywnych wydarzeń zewnętrznych lub wewnętrznych) Grupa jest narażona na ryzyko spadku przychodów.

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko zmiany preferencji klientów co do produktu i odbioru sieci Internet	Sieć Internet jest szybko zmieniającym się środowiskiem, na którego rozwój znaczący wpływ miało pojawienie się oraz wzrost popularności mediów społecznościowych. Nie da się przewidzieć przyszłego kształtu sieci Internet oraz przyszłego sposobu komunikacji oraz konsumpcji zawartych w niej treści. Tego typu zmiana wymogłaby, m.in: (i) wprowadzenie znaczących i kosztownych zmian w produkcie oferowanym przez Grupę, które mogą istotnie zmienić rentowność Grupy, (ii) wymusić zmianę modelu biznesowego, (iii) wymagać dużo czasu na dostosowanie, (iv) spowodować utratą pozycji konkurencyjnej.
Ryzyko ograniczeń rozwoju Grupy związanych z prawami własności intelektualnej osób trzecich	Prowadząc działalność gospodarczą polegającą na agregacji treści w Internecie oraz udostępnianiu wyników takiej agregacji Grupa musi liczyć się z możliwością naruszenia praw na dobrach niematerialnych przysługujących osobom trzecim, w szczególności gdyby działania Grupy wykraczały poza wykorzystanie utworów osób trzecich w ramach dozwolonego prawa cytatu. Emitent wskazuje, iż potencjalne negatywne następstwa wykazania przez dany podmiot naruszeń jego praw przez spółki Grupy, wiązałoby się w szczególności z potencjalnymi dotkliwymi konsekwencjami w zakresie roszczeń odszkodowawczych, roszczeń o zaniechanie wykorzystywania treści lub żądań zawarcia stosownej umowy licencyjnej przez Grupę.
Ryzyko wizerunkowe związane z osobami związanymi z Brand 24	Zarówno pracownicy, współpracownicy, jak i założyciele Emitenta są osobami aktywnymi w różnego rodzaju mediach, m.in. społecznościowych, wypowiadając się publicznie, czy biorąc udział w dyskusjach. Emitent nie może zagwarantować, że ich prywatne wypowiedzi czy działania nie zostaną negatywnie odebrane przez opinię publiczną i utożsamione z działalnością Grupy mając negatywny wpływ na jej reputację.
Ryzyko wystąpienia negatywnych zdarzeń u podmiotów zewnętrznych współpracujących ze Spółką	Brand 24 S.A. prowadząc działalność gospodarczą korzysta z usług podmiotów zewnętrznych wspierających system indeksowania wyników, tworzenia aplikacji mobilnych oraz dostarczania infrastruktury serwerów, na których zlokalizowany jest produkt. W przypadku przestojów, strajków, błędów systemowych, awarii, utraty urządzeń bądź oprogramowania, czy też ataku na systemy komputerowe kontrahentów przez osoby trzecie, Grupa może być narażona na ryzyko przestoju w swojej działalności operacyjnej, co w konsekwencji może skutkować naruszeniem umów z partnerami publicznymi i prywatnymi, pogorszeniem reputacji Grupy i utratą klientów.

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko związane z naruszeniem ochrony danych („wyciek danych”)	Na skutek celowego działania osób trzecich, nieuczciwych pracowników lub współpracowników, jak również błędów lub niefrasobliwości pracowników, współpracowników albo podwykonawców, poufne dane Emitenta, Grupy i użytkowników narzędzia Brand 24 mogą zostać ujawnione nieuprawnionym osobom. Ujawnienie może dotyczyć zarówno danych osobowych, jak również innych informacji, w tym informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa Grupy lub podmiotów trzecich.
Ryzyko związane z przetwarzaniem danych osobowych	W toku swojej działalności Emitent przetwarza dane osobowe swoich klientów, jak również jest podmiotem przetwarzającym dane osobowe w imieniu swoich klientów. Emitent tworzy bazy informacji publicznie udostępnionych w sieci Internet przez użytkowników tej sieci poprzez agregowanie treści po słowach kluczowych. Tworzenie i rozbudowa tych baz następuje w sposób automatyczny poprzez działanie algorytmów oprogramowania. Oprogramowanie Brand 24 korzysta z informacji powszechnie dostępnych, dobrowolnie udostępnionych przez użytkowników Internetu, którzy mają lub powinni mieć świadomość powszechnej dostępności i bardzo ograniczonego wpływu na dalsze rozpowszechnianie informacji wprowadzonych przez nich do sieci Internet. Niemniej jednak na Emitencie spoczywają obowiązki przetwarzania danych osobowych w sposób zgodny z prawem.
Ryzyko związane z awariami technicznymi	Przedmiotem działalności Spółki jest sprzedaż oprogramowania w konwencji SaaS (Software as a Service) w oparciu o autorskie oprogramowanie i połączenia internetowe oraz infrastrukturę należącą do podmiotów trzecich. Bieżące działanie systemu wymaga utrzymania infrastruktury informatycznej zarówno po stronie Spółki oraz zewnętrznych dostawców. W związku z powyższym działalność Spółki narażona jest na ryzyko awarii oprogramowania, urządzeń elektronicznych oraz infrastruktury informatycznej. W celu minimalizacji ryzyka awarii w infrastrukturze, są wprowadzone procedury i działania zapewniające archiwizację danych przetwarzanych przez Spółkę oraz zdywersyfikowana jest współpraca z podmiotami trzecimi.
Ryzyko związane z pandemią wirusa COVID-19	Brand 24 prowadząc działalność gospodarczą korzysta z usług podmiotów zewnętrznych oraz sam oferuje swoje usługi klientom zewnętrznym. Obecna sytuacja na świecie związana z pandemią wirusa COVID-19 może mieć negatywne skutki na działalność operacyjną Grupy jak i jej kontrahentów i klientów, przez co Grupa może być narażona na ryzyko spowolnienia sprzedaży własnych usług jak i przestoju w dostawach usług kontrahentów co może się negatywnie odbić na biznesie operacyjnym Brand 24. Jednocześnie z uwagi na zdecentralizowany model biznesowy umożliwiający prowadzenie przez Pracowników oraz Współpracowników działalności w tzw. trybie zdalnym, Spółka nie identyfikuje zagrożeń w odniesieniu do organizacjach aspektów działalności Brand 24.

Ryzyko finansowe	Opis ryzyka
Ryzyko związane ze zmianami kursów walut	<p>Grupa narażona jest na ryzyko kursowe w związku z istotnym udziałem sprzedaży realizowanej w walucie obcej. Ryzyko walutowe Brand 24 S.A. wynika bezpośrednio z ponoszenia większości kosztów działalności bieżącej w PLN z uwagi na lokalizację Emitenta w Polsce oraz z generowania istotnej sprzedaży denominowanej w walutach obcych (przeze wszystkim w USD). Zmienność kursów walutowych wpływa przede wszystkim na zmiany wartości przychodów oraz należności w przeliczeniu na PLN. Istnieje zatem ryzyko umocnienia polskiej waluty, które będzie powodować szybszy wzrost wolumenu sprzedaży niż przychodów ze sprzedaży zagranicznej wyrażonej w PLN, wpływając tym samym na obniżenie rentowności sprzedaży. Mając na uwadze dalsze plany Spółki związane z rozwojem sprzedaży na rynkach zagranicznych można spodziewać się wzrostu ryzyka walutowego w działalności Spółki. Istotna zmiana kursów walut może mieć niekorzystny wpływ na wysokość przychodów ze sprzedaży wyrażonych w walucie polskiej.</p>
Ryzyko zmian stopy procentowej	<p>Ryzyko stopy procentowej związane jest głównie ze zmianami przepływów pieniężnych związanych z zaciągniętymi kredytami. Kredyty zaciągnięte przez Spółkę oprocentowane są na bazie zmiennych stóp procentowych (WIBOR) powiększonych o marżę kredytową z odsetkami płatnymi w okresach miesięcznych.</p>
Ryzyko zmiany cen	<p>Rozwiązanie Brand 24 jest udostępniane w oparciu o system cyklicznych płatności, przy czym oferowane są zróżnicowane cenniki usług uzależnione od zakresu udostępnionych funkcjonalności. Emitent na bieżąco monitoruje parametry poszczególnych pakietów rozwiązań znajdujących się w ofercie i w przypadku wystąpienia istotnych odchyłeń od założonej efektywności pakietów podejmowane są decyzje odnośnie dokonania ewentualnych korekt w tym obszarze.</p>
Ryzyko związane z płynnością	<p>Zarząd Spółki na bieżąco monitoruje poziom posiadanych środków pieniężnych przez pryzmat oczekiwanych przepływów pieniężnych do oraz poza Grupę. Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych zakłóceń w zakresie realizacji wymagalnych zobowiązań. Jednocześnie w celu poprawy struktury i poziomu kapitału obrotowego, wymaganego dla finansowa podstawowej działalności operacyjnej, rozważana jest możliwość pozyskania finansowania zewnętrznego, w tym w szczególności o charakterze udziałowym lub/oraz dłużnym.</p>

OŚWIADCZENIE W SPRAWIE ŁADU KORPORACYJNEGO



Stosowane zasady ładu korporacyjnego



Akcje i akcjonariat

- struktura kapitału zakładowego
- struktura akcjonariatu
- program motywacyjny
- akcje w obrocie na NewConnect



Władze

- Zarząd
- Rada Nadzorcza
- Wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących

5. Stosowane zasady ładu korporacyjnego

Stosowane zasady ładu korporacyjnego

W roku obrotowym 2019 Emitent zobowiązany był do stosowania zbioru zasad ładu korporacyjnego ujętych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”. Dokument, o którym mowa powyżej dostępny jest na stronie internetowej rynku NewConnect, w zakładce poświęconej dobrym praktykom (<https://newconnect.pl/dobre-praktyki>).

Emitent zadeklarował stosowanie zasad ładu korporacyjnego ujętych w ww. dokumencie za wyjątkiem wskazanych poniżej odstępstw.

Zasada nr 1 - Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.

Komentarz

Zasada jest stosowana w ograniczonym zakresie tj. – za wyjątkiem umożliwienia transmitowania obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrowania przebiegu obrad i upubliczniania go na stronie internetowej.

Umożliwienie transmitowania obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrowania przebiegu obrad i upubliczniania go na stronie internetowej generowałyby koszty niewspółmiernie do dodatkowej wartości informacyjnej takiego rozwiązania dla inwestorów. Informacje dotyczące walnych zgromadzeń publikowane będą na bieżąco w formie raportów bieżących oraz na stronie internetowej Brand 24 S.A.

Zasada nr 5 - Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl

Komentarz

Zasada jest stosowana w ograniczonym zakresie tj. z wyłączeniem wykorzystywania działu relacji inwestorskich na stronie www.GPWInfostrefa.pl.

W ocenie Spółki bieżąco aktualizowana sekcja relacji inwestorskich prowadzona w ramach korporacyjnej strony internetowej jest wystarczającym źródłem wiedzy dla inwestorów.

Zasada nr 16 - Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca (...)

Komentarz

W opinii Spółki publikowane raporty okresowe oraz informacje prezentowane na korporacyjnej stronie internetowej zapewniają Akcjonariuszom oraz Inwestorom dostęp do kompletnych i wystarczających informacji dających pełen obraz sytuacji Spółki. Spółka będzie publikować kwartalnie informację o liczbie klientów w terminie 15 dni od zakończenia kwartału

Zmiany w kapitale zakładowym w 2019 roku

W dniu 16 października 2019 r. w związku z realizacją uprawnień wynikających z Programu Motywacyjnego 2018-2020 uchwalonego na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku zmienionej następnie uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 19 grudnia 2018 roku i złożeniem przez uczestników tego Programu oświadczeń o objęciu łącznie 14.486 akcji serii H, doszło do podwyższenia kapitału zakładowego o kwotę 1.448,60 zł.

Struktura kapitału zakładowego

Kapitał podstawowy

Na dzień 31 grudnia 2019 roku kapitał zakładowy Spółki składa się z 2.021.788 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 zł każda, w tym:

- 1 000 000 akcji serii A;
- 538 400 akcji serii B;
- 15 384 akcje serii C;
- 71 769 akcji serii D;
- 13 267 akcji serii E;
- 86 000 akcji serii F;
- 172 482 akcji serii G;
- 14 486 akcji serii H;
- 110 000 akcji serii I.

Kapitał warunkowy

Na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 października 2016 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii G, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji serii G oraz w sprawie zmian Statutu Spółki, kapitał zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 17 248.20 PLN w drodze emisji nie więcej niż 172 482 akcji zwykłych imiennych serii G, o wartości nominalnej 0.10 PLN każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 17248.20 PLN.

Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii G przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii A od numeru 000.001 do numeru 172 482, emitowanych na

podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 października 2016 roku numer 4/16 w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii A z prawem do objęcia akcji serii G oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii A w związku z Programem Motywacyjnym dla Członków Zarządu oraz kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

Ponadto na podstawie Uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji zwykłych na okaziciela serii H, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji zwykłych na okaziciela serii H oraz w sprawie zmian Statutu Spółki, kapitał zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 10 214.30 PLN w drodze emisji nie więcej niż 102 143 akcji zwykłych na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0.10 PLN każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 10 214.30 PLN. Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii H przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych imiennych serii B od numeru 000.001 do numeru 102 143 emitowanych na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku, w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii B z prawem do objęcia akcji serii H oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii B w związku z Programem Motywacyjnym kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

Stosownie do postanowień wynikających z Programu Motywacyjnego uchwalonego na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku zmienionej następnie uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 19 grudnia 2018 roku, 16 października 2019 roku zostały wyemitowane i wydane siedemnastu osobom uprawnionym do uczestnictwa w Programie Motywacyjnym odcinki zbiorowe 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, co skutkowało definitywnym podwyższeniem kapitału zakładowego o kwotę 1.448,60 zł. Zgodnie z Programem akcje te ulegną dematerializacji w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o obrocie instrumentami finansowymi, a ponadto Program uprawnia Spółkę do ich wprowadzenia do obrotu na rynku regulowanym lub wprowadzenie do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez GPW.

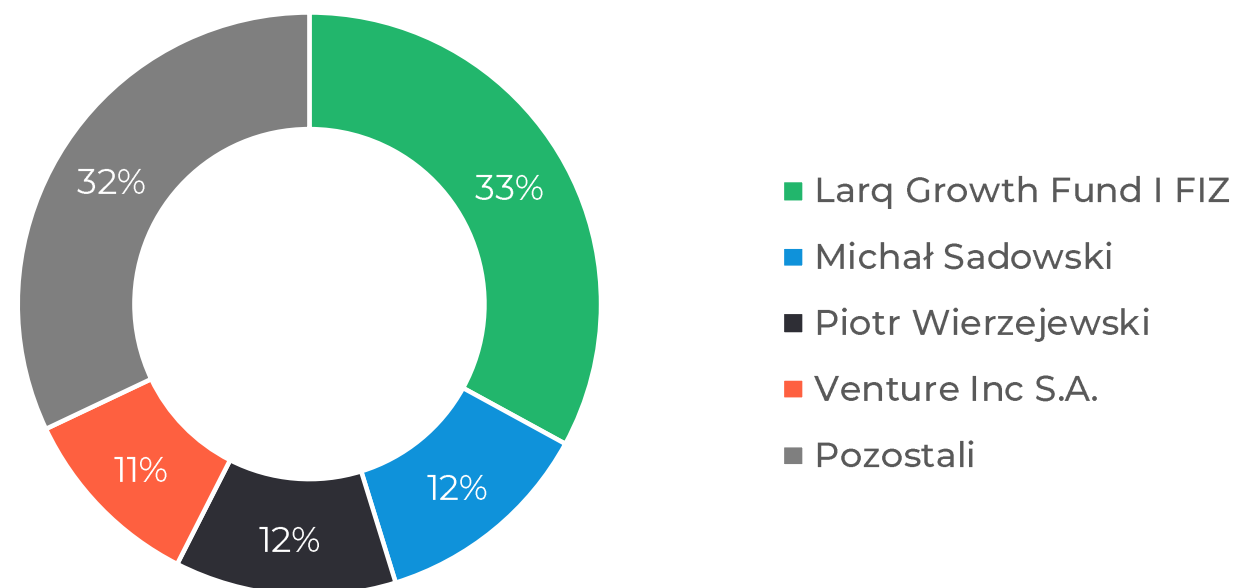
5. Akcje i akcjonariat

Kapitał docelowy

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki nie posiada uprawnień do skorzystania do podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego.

Akcje własne

Emitent oraz Spółka Zależna nie posiadają akcji Brand 24 S.A.



Akcje w obrocie na NewConnect

W obrocie notowanych jest 1.999.540 akcji Spółki. Akcje te są notowane pod nazwą skróconą „BRAND24” i z oznaczeniem „B24”.

Poza obrotem znajduje się 22 248 akcji wyemitowanych w ramach kapitału warunkowego (7 762 akcji wyemitowanych w listopadzie 2018 roku oraz 14 486 akcji wyemitowanych w październiku 2019 roku).

Struktura akcjonariatu

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania.

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ	666 281	32.96%
Michał Sadowski	248 028	12.27%
Piotr Wierzejewski	248 028	12.27%
Venture Inc S.A.	211 682	10.47%
Pozostali	647 769	32.03%
RAZEM	2 021 788	100.00%

5. Akcje i akcjonariat

Program motywacyjny

W Spółce realizowany jest obecnie jeden program motywacyjny obejmujący okres 2018-2020

Program Motywacyjny 2018-2020 jest skierowany do kluczowych pracowników i współpracowników Emitenta. Michał Sadowski oraz Piotr Wierzejewski nie są objęci niniejszym programem. Program stanowi dodatkowy mechanizm motywujący kluczowych pracowników i współpracowników do pracy i działań na rzecz Emitenta, a także zapewniający silniejsze związanie z Emitentem, co ma przyczynić się do stabilnego wzrostu wartości Emitenta, czego beneficjentem będą wszyscy akcjonariusze Brand 24. Liczba uprawnionych nie przekroczy 149 osób.

Program Motywacyjny 2018-2020 realizowany jest w trzech okresach rozliczeniowych (2018, 2019 oraz 2020).

Spółka częściowo zrealizowała cel przychodowy za rok 2019. Cele dotyczące liczby klientów oraz wyniku netto postawione na rok 2019 nie zostały zrealizowane. Rezultaty zostały przedstawione w tabeli poniżej. Skonsolidowane przychody oraz wynik netto Grupy, na potrzeby ustalenia poziomu realizacji celów programu motywacyjnego, zostały przedstawione według wyników przekształconych, opisanych wcześniej w sprawozdaniu z działalności. Dane te oparte są o ustawę o rachunkowości i nie pochodzą ze skonsolidowanego sprawozdania finansowego, które zostało przygotowane w oparciu o MSSF. Cele programu motywacyjnego ustalone zostały w regulaminie zgodnie z wcześniej obowiązującymi zasadami rachunkowości, zgodnymi z ustawą o rachunkowości.

Realizacja celów Programu Motywacyjnego za rok 2019	Realizacja	Cel
Liczba klientów Grupy na koniec danego okresu	3 325	4 364
Skonsolidowane przychody Grupy za dany okres (tys. PLN)	15 682	15 970
Skonsolidowany wynik netto Grupy (tys. PLN)	(601)	633

W ramach Programu Motywacyjnego 2018-2020 uprawnieni mogą objąć nie więcej niż 102 143 akcje zwykłe na okaziciela serii H. Warunkiem uzyskania uprawnienia do objęcia akcji jest pozostawanie w czynnym stosunku służbowym z Emitentem oraz nieprowadzenie działalności konkurencyjnej wobec Emitenta. Ponadto uzyskanie uprawnienia do objęcia akcji uzależnione jest od osiągnięcia przez Grupę określonych wskaźników określonych odmiennie w odniesieniu do każdego z lat 2018-2020 (dane przedstawione według Polskich Standardów Rachunkowych):

	2018	2019	2020
Liczba klientów Grupy na koniec danego okresu	2 935	4 364	6 213
Skonsolidowane przychody Grupy za dany okres (tys. PLN)	10 765	15 970	23 737
Skonsolidowany wynik netto Grupy (tys. PLN)	(1 085)	633	4 668

Program daje możliwość, aby część akcji (nie więcej niż 50% pakietu przeznaczonych dla danego uczestnika programu) została przyznana za spełnienie wyłączenie warunków lojalnościowych. Taki mechanizm ma umożliwić zainteresowanie pracą w Spółce najbardziej utalentowanych menadżerów.

W ramach Programu Motywacyjnego 2018-2020 Zarząd Emitenta jest uprawniony do przyznawania uprawnień do objęcia 7 666 akcji serii H Emitenta według uznania Zarządu.

Kapitał zakładowy Emitenta może ulec podwyższeniu w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii B o kwotę nie wyższą niż 10 214.30 PLN, o ile sąd dokona rejestracji warunkowego podwyższenia kapitału Spółki oraz związanej z tym zmiany Statutu Spółki, oraz jeśli spełnione zostaną przesłanki określone w Programie Motywacyjnym 2018-2020. Program Motywacyjny 2018-2020 jest rozliczany co roku, a jego całkowite rozliczenie nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2020 roku, zgodnie ze szczegółowymi warunkami Programu Motywacyjnego.

Na moment publikacji niniejszego raportu, w ramach Programu Motywacyjnego wyemitowanych zostało 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, a warrantów subskrypcyjnych serii B, uprawniające do objęcia tych akcji, zostały unieważnione.

Zarząd

W 2019 roku oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki działał dwuosobowo w następującym składzie:



Michał Sadowski
Prezes Zarządu

Założyciel spółki. Startup Founder of the Year w konkursie The Next Web Startup Awards. Dyrektor Marketingu roku wg Mediarun. Zwycięzca rankingu 50 Kreatywnych w Biznesie Magazynu Brief. Autor bestsellerowej książki "Rewolucja Social Media".



Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu

Piotr Wierzejewski jest jednym z założycieli Spółki, ma ponad 15 lat doświadczenia w branży informatycznej, z czego ponad 10 lat na stanowiskach zarządczych.

Rada Nadzorcza

Od początku 2019 roku do dnia 26 czerwca 2019 roku w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

- Mikołaj Chruszczewski – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Mariusz Ciepty – Członek Rady Nadzorczej
- Jarosław Roszkowski – Członek Rady Nadzorczej
- Maciej Małysz – Członek Rady Nadzorczej
- Adam Michalewicz – Członek Rady Nadzorczej.

Dnia 26 czerwca 2019 roku nastąpiły zmiany w składzie Rady Nadzorczej obejmujące:

- rezygnację Przewodniczącego Mikołaja Chruszczewskiego i odwołanie Członka Jarosława Roszkowskiego,
- powołanie dwóch nowych Członków - Karola Wnukiewicza i Anny Krawczyńskiej-Nowak.

Dnia 14 października 2019 roku w skład Rady Nadzorczej powołany został Jakub Kurzynoga.

Na dzień przekazania niniejszego raportu Rada Nadzorcza Spółki funkcjonowała w następującym składzie:

- Anna Krawczyńska-Nowak - Przewodnicząca Rady Nadzorczej,
- Mariusz Ciepty - Członek Rady Nadzorczej,
- Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- Maciej Małysz - Członek Rady Nadzorczej,
- Adam Michalewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- Jakub Kurzynoga - Członek Rady Nadzorczej.

POZOSTAŁE INFORMACJE



- zasady sporządzenia sprawozdań finansowych
- postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej
- zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego
- informacja o zatrudnieniu
- osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju
- wyróżnienia i nagrody
- Autoryzowany Doradca

6. Pozostałe informacje

Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

Sprawozdania finansowe (jednostkowe oraz skonsolidowane) Brand 24 za 2019 rok zostało sporządzone zgodnie z przepisami MSR/MSSF, a szczegółowe zasady sporządzenia tego sprawozdania zostały zamieszczone bezpośrednio w tych sprawozdaniach finansowych.

Zgodnie z art. 55 ust. 2a Ustawy o rachunkowości niniejsze Sprawozdania z działalności zawiera ujawnienia dla Grupy Kapitałowej Brand 24 oraz dla Jednostki Dominującej i tym samym Emitent nie sporządzał odrębnego sprawozdania z działalności Grupy Kapitałowej.

Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego

W 2019 roku nie poniesiono nakładów na ochronę środowiska.

Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w roku 2019 roku wynosiło:

- 19,70 etatu w Brand24 S.A.;
- 19,70 etatu w Grupie Kapitałowej Brand 24.

Jednocześnie z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności Emitent współpracuje dodatkowo z szerokim gronem osób w oparciu o umowy cywilnoprawne. Mając powyższe na uwadze w 2019 roku Emitent współpracował z ok. 60 osobami świadczącymi na jego rzecz usługi, głównie w zakresie wsparcia informatycznego. Spółka Zależna w 2019 roku nie współpracowała z żadnymi osobami.

Autoryzowany Doradca

Autoryzowanym Doradcą Spółki jest firma CC Group Sp. z o. o. ul. Marszałkowska 89 00-693 Warszawa.

W 2019 roku Emitent współpracował z ww. podmiotem w zakresie:

- umowy o autoryzowane doradztwo;
- umów o oświadczenie usług doradztwa w obszarze relacji inwestorskich.

Łączne wynagrodzenia z wszystkich ww. tytułów w 2019 roku wyniosło 136 tys. zł.

Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej

W roku 2019 i do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania przeciwko Spółce nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

Podstawowym produktem Spółki tj. aplikacja Brand 24 jest zaawansowanym narzędziem monitoringu i mediów społecznościowych składającym się ze specjalistycznych modułów oraz systemów. Emitent stale prowadzi prace mające na celu udoskonalenia funkcjonalności aplikacji Brand 24 i tym samym na bazie podstawowego produktu powstają kolejne wersje aplikacji.

W 2018 roku Emitent kontynuował prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Spółkę usług swoim klientom. Na dzień 31 grudnia 2018 r. kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 771 tys. zł. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

Wyróżnienia i nagrody

Brand 24 jest wielokrotnie nagradzonym narzędziem monitoringu Internetu i mediów społecznościowych w Polsce. Jego najbardziej znanym produktem jest narzędzie monitoringu i mediów społecznościowych.

Poniżej zamieszczamy wybrane osiągnięcia i wyróżnienia:

- Best Startup for Brand24 - Aulery Awards 2012
- Best Debut for Brand24 - Ekomersy Awards 2012
- Best Web App for Brand24 - The Next Web Startup Awards 2013
- Best Customer Support App in Ekomersy Awards 2014
- Best App for Business in Mobile Trends Awards 2014
- High Performer in Social Media Monitoring Apps - G2Crowd Awards 2018
- Deloitte Technology Fast 500 EMEA 2017/2018

OŚWIADCZENIA ZARZĄDU



- oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań
- oświadczenie Zarządu w sprawie firmy audytorskiej

Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań

Oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy, roczne sprawozdania finansowe (odpowiednio jednostkowe oraz skonsolidowane) i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta lub standardami uznawanymi w skali międzynarodowej, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Emitenta zawiera prawdziwy obraz sytuacji Emitenta oraz jego Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

Michał Sadowski
Prezes Zarządu

Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu

Oświadczenie Zarządu w sprawie firmy audytorskiej

Oświadczamy, że wybór firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie rocznych sprawozdań finansowych (odpowiednio jednostkowego oraz skonsolidowanego) został dokonany zgodnie z przepisami, w tym dotyczącymi wyboru i procedury wyboru firmy audytorskiej. Firma audytorska oraz członkowie zespołu wykonującego badania spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania rocznych sprawozdań finansowych zgodnie z obowiązującymi przepisami, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej.

Data sporządzenia i zatwierdzenia do publikacji Sprawozdania Zarządu: 20 marca 2020 r.

Data publikacji Sprawozdania Zarządu: 20 marca 2020 r.

BRAND24

KONTAKT DLA INWESTORÓW



Katarzyna Sadowska
CC GROUP



+48 (22) 440 14 40



brand24@ccgroup.pl



SIEDZIBA SPÓŁKI
Brand 24 S. A.
ul. Strzegomska 138
54-429 Wrocław